

Niina Kumpulainen

**Palvelumuotoilun ideointimenetelmät luontolähtöisten
matkailupalvelutuotteiden kehittämisessä**

Pro Gradu-tutkielma

Teollinen muotoilu

Syksy 2013

Lapin yliopisto, taiteiden tiedekunta

Työn nimi: Palvelumuotoilun ideointimenetelmät luontolähtöisten matkailupalvelutuotteiden kehittämisessä

Tekijä: Niina Kumpulainen

Koulutusohjelma/oppiaine: Teollinen muotoilu

Työn laji: Pro gradu – tutkielma _x_ Laudaturtyö__

Sivumäärä: 91

Vuosi: 2013

Tiivistelmä:

Pro gradu - tutkielmassani tutkin kuinka palvelumuotoilun ideointimenetelmiä voidaan hyödyntää luontolähtöisten matkailupalvelutuotteiden kehittämisessä Pohjois-Lapissa. Työn luonne oli tehdä teorialähtöistä aineiston analyysiä. Tarkastelun kohteena oli Lapissa toimiva Green Care-kehityshanke ja siitä erityisesti Enontekiö-Utsjoki-ryhmän toiminta. Työpajoissa roolini oli fasilitaattorimainen. Ideoin työpajapäivien sisältöä, tallensin niissä tehdyt prosessit ja vedin niistä yhteenvedot, mutta syntyvään sisältöön en ottanut tilanteessa kantaa. Työpajoissa kehitettiin palveluita palvelumuotoilun ideointi- ja testausmenetelmien kautta. Menetelminä käytettiin nopeita ja suoraviivaisia keinoja, esimerkiksi improvisaatioteatteria. Työpajatoiminta antoi yrittäjille mahdollisuuden verkostoitua. Nostin työssäni esille luontolähtöiseen ja kestävään kehitykseen liittyvää kirjallisuutta ja teorioita, Green Care-toiminnan sisältöä ja tuotekehitystyöpajojen antia. Avasin tutkimuksessa luontolähtöisen palvelumuotoilun mahdollisuuksia ja loin lopputuloksena suunnitteluajureita, joiden kautta voidaan luoda kestävä kehityksen mukaisia matkailupalvelutuotteita ja joita voidaan hyödyntää tulevaisuudessa Green Care-hankkeen puitteissa tai muissa kestävämmän kehityksen mukaisissa palvelu- ja tuotesuunnitteluprosesseissa Lapissa.

Avainsanat: Palvelumuotoilu, työpaja, kehityshanke, ideointimenetelmät, Lappi, muotoilijan rooli

Suostun tutkielman luovuttamiseen kirjastossa käytettäväksi_x_

Suostun tutkielman luovuttamiseen Lapin maakuntakirjastossa käytettäväksi_x_

(vain Lappia koskevat)

University of Lapland, Faculty of Art and Design

The name of the pro gradu thesis: Service design methods in development of nature based travelling services

Writer(s): Niina Kumpulainen

Degree programme / subject. Industrial design

The type of the work: pro gradu thesis ____x____ doctoral thesis _____

Number of pages: 91

Year: Autumn 2013

The objective of this Master's thesis is to examine how service design idea generating methods can be utilised in the development of nature based service products in Northern Lapland. The nature of the work was to make a theory-based analysis of collected data. I took part in a Green Care – development project in Lapland, and furthermore I focused on a subgroup (in Enontekiö - Utsjoki). My role in the project was to present possibilities of service design and facilitate the workshops that took place during this project. I developed the content of the two workshops, and observed activities within these workshops. These workshops were organised to generate ideas and then test them out by using service design methods, such as improvisation theatre for example. The workshops gave the participants a possibility of networking. I studied sustainable development and nature-related literature as well as travel service development. As the final result I created design drivers that the Green Care- organisation or other service product development projects in Lapland can be used in the future.

Key words: Service design, workshops, development project, idea generation methods, Lapland, designer's role

I give a permission the pro gradu thesis to be used in the library _x_

I give a permission the pro gradu thesis to be used in the Provincial library of Lapland (only those concerning Lapland)_x_

SISÄLTÖ

1. Johdanto	1
1.1 Tutkimuskysymys	2
1.2 Metodit	3
1.3 Tutkimusprosessi	4
2. Tutkimuksen viitekehys ja aineisto	7
3. Tutkimuksen teemat	11
3.1 Palvelumuotoilu	11
3.2 Green Care	16
3.3 Konseptointi, design driverit	19
3.4 Yhteenveto	21
4. Tutkimuksen tausta	23
4.1 Yleisesti Green Care-hankkeesta	23
4.2 Lappi – kestävät matkailupalvelut	23
4.3 Kestävän kehityksen näkökulmat GC- tyylisessä suunnittelussa	28
4.4 Kestävän kehityksen GC- suunnitteluun vaikuttavat tekijät Lapissa	34
4.5 Yhteenveto	35
5. Palvelumuotoilun keinot Green Care – konseptoinnissa	37
5.1 Palvelumuotoilun mahdollisuudet	38

5.2 Vihreä palvelumuotoilu?	40
5.3 Fasilitointi ja muotoilijan rooli	43
5.4 Draaman keinot ideoiden testaamisessa	46
5.5 Yhteenveto	50
6. Työpajat	51
6.1 Yleistä	51
6.2 Kehitystyhmän tapaamiset	54
6.2.1 Tapaaminen I	54
6.2.2 Tapaaminen II	57
7. Tulokset	62
7.1 Tulosten analysointi	62
7.2 Suunnitteluajurit	67
7.3 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi	70
8. Pohdinta	72
8.1 Johtopäätökset	72
8.2 Jatkokehitysideat ja tulevaisuuden sovellukset	76

LÄHTEET

LIITTEET

LIITE 1 – Utsjoen työpajapäivän kooste	1 - 9
LIITE 2 – Enontekiön työpajapäivän kooste	1-10
LIITE 3 Palautekaavake	1-2

1. JOHDANTO

Palvelumuotoilu, kuten tuotemuotoilukin, tähtää niin prosessien kuin fyysisten tuotteiden optimointiin ja kustannustehokkuuteen sekä tyytyväiseen loppukäyttäjään. Palvelumuotoilussa käytetään näennäisesti vähän fyysisiä objekteja ja sen koetaan olevan lähtökohdiltaan ekologista. Pro gradu - tutkielmassani avaan luontolähtöisen palvelumuotoilun mahdollisuuksia ja luon suunnitteluajureita, joiden kautta voidaan luoda kestävän kehityksen mukaisia matkailupalvelutuotteita. Kuten Stickdorn ja Zehrer toteavat artikkelissaan ”Service Design in Tourism: Customer Experience Driven Destination Management”, matkailutuotteet ovat palvelutuotteita (Stickdorn & Zehrer 2009, 3). Luontolähtöisyys tarkoittaa tässä yhteydessä luonnossa tapahtuvaa tai luontoa hyödyntävää, ihmisen ja luonnon hyvinvointiin tähtäävä toimintaa.

Rovaniemen ammattikorkeakoululla käynnistyi 2010 selvityshanke Green Care -hyvinvointipalveluiden kehittämisen mahdollisuuksista Lapissa. Keväällä 2012 alkoi jatkohanke, jossa ympäri Lappia tapahtui työpajamaista toimintaa kehitysryhmissä. Kehityksen kohteena olivat yrittäjien tarjoamat palvelut. Osallistuvat kunnat osallistuivat pienellä rahallisella panostuksella kehitysryhmien kustannuksiin. Työpajoihin osallistui kunnan henkilöstöä sekä yksityisyrittäjiä, sosiaali- ja terveysalalta sekä matkailutoiminnan alalta. Minä seurasin Enontekiön ja Utsjoen yhteistä kehitysryhmätoimintaa sen alusta loppuun. Kestoltaan kehitysryhmätoimintaan oli varattu aikaa noin puoli vuotta. Työpajoja oli kolme vuoden 2012 aikana. Ensimmäinen keväällä 2012 pidetty työpaja keskittyi esittelemään Green Care-toiminnan mahdollisuuksia ja selvittämään, mitä tulevalta toiminnalta haluttaisi saavuttaa. Syksyllä 2012 pidetyt kaksi pajaa taas olivat selkeästi tuotekehitykseen keskittyviä. Matkailuliiketoiminta nousi ensimmäisistä keskusteluista lähtien suureen rooliin kehitysryhmätoiminnassa ja aiheen rajaamiseksi keskityn siihen tutkielmassani. Työpajoissa roolini oli fasilitaattorimainen. Ideoin työpajapäivien sisältöä, tallensin prosessit ja vedin niistä yhteenvedot, mutta syntyvään sisältöön en ottanut tilanteessa kantaa.

Tuotekehitystyöpajoissa tapahtuvan toiminnan keskiössä olivat työpajoihin osallistuvat yrittäjät ja vastaaminen heidän yritystoimintansa puitteissa oleviin tarpeisiin. Palvelumuotoiluprosesseissa ideointimenetelmät sovellettiin haluttujen lopputulosten mukaisesti ja osallistujien vahvuuksia hyödyntäen. Tässä tapauksessa kehitysryhmäläiset koostuivat monimuotoisesta joukosta eri alojen ammattilaisista, sekä kulttuuritaustoiltaan, että iältään. Työpajoissa kehitettiin palveluita palvelumuotoilun ideointi- ja testausmenetelmien kautta. Menetelminä käytettiin nopeita ja suoraviivaisia keinoja, esimerkiksi improvisaatioteatteria, joita alustettiin erilaisilla teemaa avaavilla kysymyksillä. Työpajatoiminta antoi yrittäjille mahdollisuuden verkostoitua ja tutustua lähialueella toimiviin, samoja arvoja jakaviin ihmisiin. Ihmisten löytäessä toisensa ja yhteiset intressit, tulevaisuudessa alueelle voi syntyä enemmän pitkäkestoista luontolähtöistä hyvinvointiin keskittynyttä toimintaa ja jopa yritysysteistyötä.

Osallistuneet yrittäjät päättivät ottaa osaa luontolähtöiseen hanketoimintaan omien motiiviansa perusteella. He olivat kiinnostuneita luonnosta ja kestävämmistä palveluntuottamismalleista. Ensimmäisten tapaamisten perusteella muodostettiin yhteiset tavoitteet, joihin palveluiden kehittämistoiminnan tulisi vastata. Yksi olennaisimmista tavoitteista oli yhteistyön kehittäminen, johon haluttiin löytää tapoja ja välineitä. Vahvasti turismista eläville alueilla voitaisi kehittää yritysysteistyön avulla parempia palvelukokemuksia matkailijoille, ja samalla parantaa alueen yrittäjien liikevoittoa sekä kannattavuutta.

1.1 Tutkimuskysymys

Pro Gradu - tutkimukseni kohteena oli palvelumuotoilun menetelmien soveltamisen luontolähtöisen matkailun kehittämiseen. Etsin vastauksia tutkimuskysymyksiin: a) kuinka suunnitella luontolähtöisiä tuotteita ja palveluita ja b) kuinka palvelumuotoilun menetelmät sopivat tähän prosessiin. Tarkoitus oli löytää suunnitteluajureita, joita

voidaan hyödyntää tulevaisuudessa Green Care - hankkeen puitteissa tai muissa kestävämmän kehityksen mukaisissa palvelu - ja tuotesuunnitteluprosesseissa Lapissa. Nostan työssäni esille luontolähtöiseen ja kestäväan kehitykseen liittyvää kirjallisuutta ja teorioita, Green Care - hankkeen sisältöä ja tuotekehitystyöpajojen antia. Lopuksi esittelen päätelmät ja jatkokehitysideat mahdollisine sovelluksineen.

Sivujuonteena työssäni huomasin, että palvelumuotoilua hyödyntämällä on mahdollisuus kehittää yhteistyötä eri alojen ja - kokoluokan yritysten kesken. Aihe vaikutti mielenkiintoiselta ja oma roolini selkeältä heti alusta asti.

1.2 Metodit

Tekemäni tutkimus on luonteeltaan vahvasti laadullista ja perustuu abduktiiviseen päättelynlogiikkaan. Tein teorialähtöistä aineiston analyysiä. Lähdin liikkeelle kirjallisuuden kautta haetusta teorialähtöisestä painottuen palvelumuotoiluun ja kestäväan kehitykseen. Työni olennaisena osana oli Utsjoki – Enontekiö - kehitysryhmän työpajatoimintaan osallistuminen palvelumuotoilueksperttinä ja työpajapäivien suunnittelijana. Työpajoja järjestettiin kaksi, ensimmäinen Utsjoella 8.10.2012, ja toinen Enontekiöllä 8.11.2012. Ensimmäisessä työpajassa ideoitiin palvelutuotteita yrittäjien omista lähtökohdista katsoen. Aluksi rakennettiin jokaiselle oma henkilökohtainen palvelupolku, jonka perusteella nousi esiin yksi tai useampi kehityskohde, johon lähdettiin hakemaan ratkaisua yhteisesti ideoiden. Metodeina ideoiden tuottamiseen käytettiin mm. Piritta Kantojärven Fasilitointi luo uutta (2012)- kirjasta tuttuja kiertäviä ideoita. Päivän saldona syntyi runsaasti materiaalia ja ideoita, joita kehityskohteesta ja - tarpeesta riippuen voisi toteuttaa käytännössä heti. Jalostamalla saatuja ideoita eteenpäin, voidaan löytää aivan uusia mahdollisuuksia alueen kehittämiseen.

Enontekiön työpajassa tasan kuukautta myöhemmin vietiin aiemmalla kerralla syntyneitä ideoita eteenpäin sekä kehitettiin uusia. Aiemman kerran perusteella

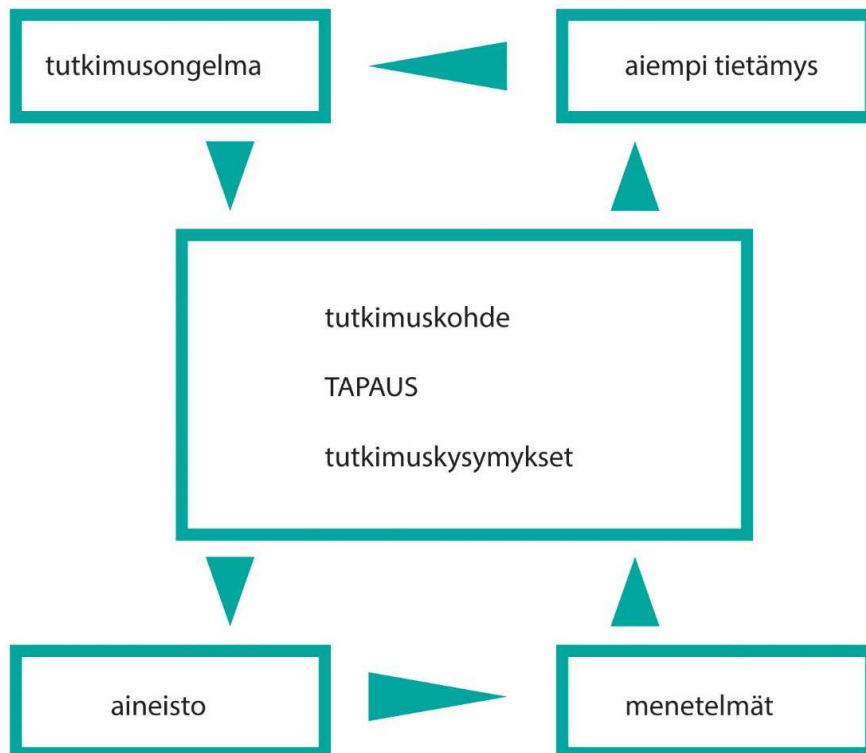
loimme kaksi ryhmä tärkeimmiksi koettujen kysymysten alle. Näin saimme vielä lisää materiaalia ajatusten ja kehitysideoiden kautta kehitysryhmäläisten toimintaan. Metodina oli pienryhmässä ideointi ja ideoiden kirjoittaminen post- it -lapuille, jotka sitten sijoitettiin nelikenttään. Tämän vaiheen tavoitteena oli, että näistä kootuista ideoista löytyisi toimivia keinoja ja eväitä yrittäjäkohtaisten haasteiden ratkaisemiseen. Nelikenttä antoi myös konkreettisen avun ideoiden ja lähestymistapojen nopeaan arviointiin. Päivän lopuksi tärkeimmistä kysymyksistä ja vuorovaikutustilanteista, joita yrittäjä voi työnsä äärellä kohdata, tehtiin improvisaation keinoin näkyvämpiä. Teatterimaisessa tilanteessa autoivat henkilön omat kokemukset ja kehityspajatoiminnassa käydyt keskustelut. Improvisaatio toimi myös kenraaliharjoitusmaisena tilanteena todellisuuteen.

1.3 Tutkimusprosessi

Tein teorialähtöistä aineiston analyysiä ja tapaustutkimusta Green Care - hankkeen sisällä. Tapaustutkimuksen taito kirjassa Laine, Bamberg ja Jokinen (2007) määrittävät tapaustutkimuksen tutkimustavaksi, jonka yhteydessä voidaan käyttää monenlaisia aineistoja ja menetelmiä. Tarkoituksena on kehittää tarkka kuvaus tutkittavasta ilmiöstä, lisätä ymmärrystä aiheesta ja selittää miten lopputulokseen lopulta päädyttiin. (Laine, Bamberg & Jokinen 2007, 9-10) Green Care on hyvinvointia luonnosta hakevaa toimintaa, joka on tulevaisuudessa tarkoitus sertifioida tuotemerkiksi ja jonka alle mahtuu monimuotoista toimintaa. Lapissa on tarkoitus vakiinnuttaa Green Care - toiminnan asema ja luoda ympärille positiivista mielikuvaa, jolloin palveluntarjoaja tiedetään luotettavaksi ja laadukkaaksi hänen tarjotessa Green Care - palveluita. Tämä tapahtuu toiminnan aktiivisen tiedottamisen ja yleisesti tunnetun laatukriteeristön noudattamisen kautta.

Tämän tutkimuksen lähtökohta ja eteneminen noudattivat tapaustutkimuksen perinteistä kaavaa; kaikki alkoi ilmiöstä joka tutkijaa kiinnosti ja josta tutkijalla oli

aiempaa kokemusta. Tästä muodostui tutkimusongelma, jota alettiin selvittää tutkimuskysymyksien kautta. Kysymysten ollessa selvillä oli selvempi edetä keskeisen aineiston keruuseen ja menetelmien valintaan. (Laine, ym. 2007, 26) Tästä selventävä kuva 1, josta näkyy kuinka nämä eri tekijät ovat vuorovaikutuksessa toisiinsa tapaustutkimuksessa ja kuinka ne yhdistyvät tutkimuksessa. (Laine ym. 2007, 27)



Kuva 1: Tapaustutkimuksen erilaisten menetelmien, tutkijoiden ja aineistojen yhdistäminen tutkimuksessa. (Laine ym. 2007, 27 pohjalta)

Ensimmäisessä tapaamisessa talvella 2012 Green Care-hankkeen vetäjien kanssa sovimme työnkuvastani, jolloin sovimme myös, että seuran tietyn kehitysryhmän, Utsjoki - Enontekiö, toimintaa. Roolini oli olla hankkeessa mukana palvelumuotoiluexperttinä kehittämässä luontolähtöisiä palvelutuotteita ja esitellä erilaisia metodeja, joilla palvelutuotteita voidaan suunnitella ja kehittää. Lapin ammattikorkeakoululla toimivilla Green Care - hankkeen vetäjillä oli aiempaa tietämystä palvelumuotoilusta ja he olivat kiinnostuneita tuomaan teknologia-avusteista palvelumuotoilua lisää Green Care - hankkeeseen. Työn edetessä roolini

muuttui fasilitaattorimaisemmaksi ja keskityin dokumentoimaan tapahtumia. Työpajojen käsikirjoituksen laadin yhteistyössä Lapin yliopiston palvelumuotoiluun keskittyneen tutkijan Essi Kuuren sekä Utsjoki-Enontekiö-kehitysryhmän aluevastaava Miia Kärnän kanssa. Omat lähtökohtani tähän haasteeseen tarttuessa olivat kiinnostus kestävämpään kehitykseen niin fyysisten tuotteiden kuin palveluiden kautta. Kehitysryhmän tapaamisia oli yhteensä kolme, joista ensimmäinen oli Enontekiöllä toukokuussa järjestetty alueellisen toiminnan aloituspäivä. Tuossa tapaamisessa aukaistiin tarkemmin hankkeen sisältöä, Green Care - toimintaa ja selvitettiin millaisia toiveita osallistujalla oli toimintaa kohtaan. Kyseistä tapahtumaa edelsi keväällä 2012 pidetty Skypea kautta toimitettu infotilaisuus, jolloin useassa kunnassa oli mahdollista seurata ja osallistua Green Care-hankkeen esittelyyn. Enontekiöllä pidetyssä tapaamisessa osallistujat kokivat suurimmaksi tarpeeksi sen, kuinka he haluaisivat kehittää yhteistyötä toisien alueella toimijoiden kesken. Kilpailu on Lapissa kovaa ja matkailupalveluita tavalla tai toisella tarjoavat yrittäjät kilpailevat samoista asiakkaista, lähinnä alueelle tulevista turisteista. Ohikulkijoitakin on paljon. Kysymyksiä nousi myös siitä, miten saada nämä ohikulkijat pysähtymään ja nauttimaan tarjolla olevista palveluista. Lisäksi tarvittaisi keinoja, joilla saada paikalliset huomaamaan laadukas paikallinen palvelutarjonta ja hyödyntämään sitä paremmin.

Kesällä ja alkusyksystä 2012 kehitysryhmä toimi itsenäisesti, kokoontuen muutaman kerran ryhmän aluevastaavan johdolla. Yrittäjien kiireinen aikataulu ei aina anna aikaa mahdolliseen verkostoitumiseen tai työn ohessa tapahtuvaan toimintaan, josta saatava hyöty näkyy vasta myöhemmin. Tämä koitui haasteeksi keskellä kiireistä kesäsesonkia. Ryhmän kesken järjestetyt yrittäjien aamukahvit olivat monelle yrittäjälle ainoa mahdollisuus tavata. Loput kaksi kolmesta tapaamisesta olivat tuotekehitystyöpajoja, jotka pidettiin syksyllä 2012. Ensimmäisessä Utsjoella järjestetyssä työpajassa esittelin palvelumuotoilua ja kehitimme yrittäjille heidän yrityskohtaisen palvelupolun keskittyen erityisesti yhteen palvelutuokioon siinä. Ideoimme eri menetelmien kautta uusia mahdollisuuksia, joita sitten ”pilotoimme” myöhemmässä työpajassa Enontekiöllä improvisaation keinoin. Tallensin prosessia ja

syntynyttä materiaalia videoimalla ja valokuvaamalla. Prosessin loppuvaiheilla toteutin kyselyn kehitystyöryhmään osallistuneille. Myös vapaamuotoiset, päiväkirjamaiset muistiinpanot tilanteesta heti tuoreeltaan, auttoivat tapaamisten hahmottamisessa ja tulkintojen luomisessa myöhemmässä vaiheessa. Tutkielman viimeisessä vaiheessa purin auki näitä saatuja tuloksia ja analysoin niitä Green Care – palveluiden peruseriaatteiden kautta sekä vertaamalla niitä teoriaosassa käsiteltyihin teemoihin.

2. Tutkimuksen viitekehys ja aineisto

Tutkimus toteutettiin laadullisena tapaustutkimuksena ja siinä tutustuttiin seuraaviin aiheisiin:

Palvelumuotoilu. Käsittelin tutkimuksessa palvelumuotoilun teoriaa ja käytäntöjä, esimerkiksi erilaisia vuorovaikutustilanteita ja ideoiden testaamisessa käytettäviä draamankeinoja tutkitaan. Aineisto koostui erilaisista palvelumuotoilua ja sen metodeja käsittelevistä teoksista, sekä draamametodeja koskevista artikkeleista. Esimerkiksi suomalaisista kirjoittajista Satu Miettisen ja Juha Tuulaniemen teokset ovat esillä. Palvelumuotoilua käsittelen luvussa kolme.

Green Care. Osallistumani hanke oli Green Care-toiminnan kehittämiseen keskittyvä, joten oli oleellista, että tutustuin Green Care - kirjallisuuteen ja toimintasääntöihin. Keskeisenä teoksena käytin Hilikka Jankkilan Rovaniemen ammattikorkeakoulussa vuonna 2012 julkaistua teosta Green Care - hyvinvointia pohjoisen luonnosta. Tämä helpotti myös Lappi-perspektiivissä pysymistä. Green Care - toimintaa käsittelen luvuissa kolme ja neljä.

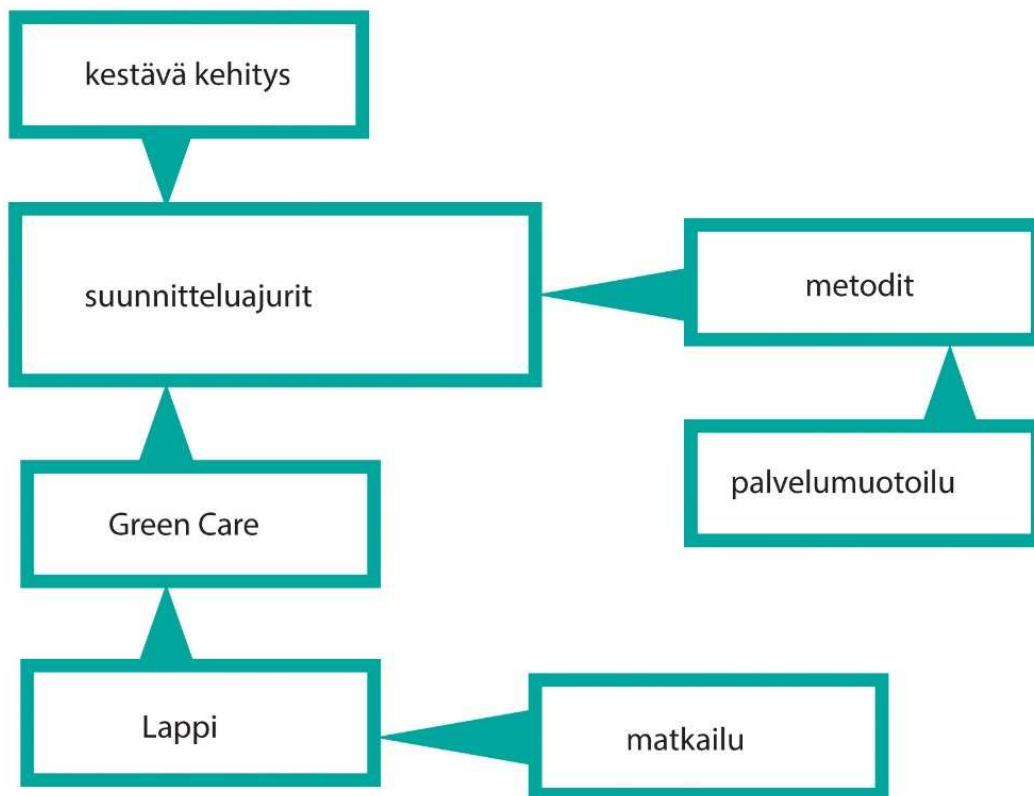
Matkailupalvelut ja niiden muotoilu. Matkailu on Lapissa kolmanneksi suurin toimiala ja sen merkityksen uskotaan tulevaisuudessa kasvavan. Green Care – kehitysryhmän toiminnassa huomasin tämän olevan osallistuneiden yrittäjien pääasiallinen kohde ja tarve palveluiden kehittämisessä. Matkailupalvelut voivat kohdistua niin paikallisiin kuin alueen ulkopuolelta tuleviin asiakkaisiin. Palvelutuotevalikoima voi epäsäännöllisen kysynnän takia vaihdella, siinä mitä ja milloin tarjotaan paikallisille ja kauempaa tulleille matkailijoille. Näitä teemoja ovat Juha Tuulaniemi, Tapio Rissanen sekä muutama muu käsitelleet ansiokkaasti. Käsittelin matkailupalveluiden muotoilua esimerkiksi kappaleessa 4.2.

Kestävä kehitys. Vihreä muotoilu ja kestävä kehitys kuuluvat olennaisena osana Green Care - toiminnasta laadittuihin ohjeistuksiin ja palveluihin. Tätä näkökulmaa käsittelin erityisesti neljännessä ja viidennessä luvussa. Nostin työssä esille erityisesti Ezio Manzinin ja Stuart Walkerin ajatuksia aiheesta.

Lappi. Koin tärkeäksi tunnistaa Lapin erityispiirteitä ja tutustua alueeseen paremmin, jotta antamani jatkoehdotelmat perustuvat todelliseen tilanteeseen, tehtyihin selvityksiin ja tutkimuksiin. Tässä hyödyllisenä oli Työ- ja elinkeinoministeriön tekemä selvitys Lapista vuodelta 2008 sekä Lapin tutkimusseuran juhlavuoden julkaisu vuodelta 2009. Näissä tutkimuksissa oli keskeistä Lapin tulevaisuuden visiointi. Tästä kerron enemmän neljännessä kappaleessa.

Muotoilijan rooli. Muotoilijana roolini oli tässä hankkeessa enemmänkin toimintaa tukeva kuin itse tuottava, koska toimin fasilitaattorina tuotekehitystuotepajoissa. Ideoiden kehittämisen ja ratkaisujen antamisen sijaan laadin päivän sisällön ja annoin kehitysryhmäläisille tehtävät, joissa he tekivät luovan työn. Itse keskityin dokumentoimaan työpajoja. Fasilitaattorin ominaisuuteen minut ohjeisti Piritta Kantojärven teos vuodelta 2012. Muotoilijan palvelumuotoiluprosesseissa muuttunut rooli nousee esille useassa kappaleessa.

Työpajoissa kehitettiin ja rakennettiin ideoita mm. seuraavien menetelmien kautta: ”Kiertävät ideat”, ”Improvisaatio” ja ”Palvelupolun rakentaminen”. Työn tavoitteena oli muodostaa **suunnitteluajureita**. Suunnitteluajureiden kautta palveluita ja tuotteita voidaan **konseptoida** ja improvisaation keinoin valmiita konsepteja voidaan testata kehitysryhmän kesken. Avaan näiden termien sisältöä ja tarpeellisuutta tekemässäni työssä kappaleessa kolme enemmän.

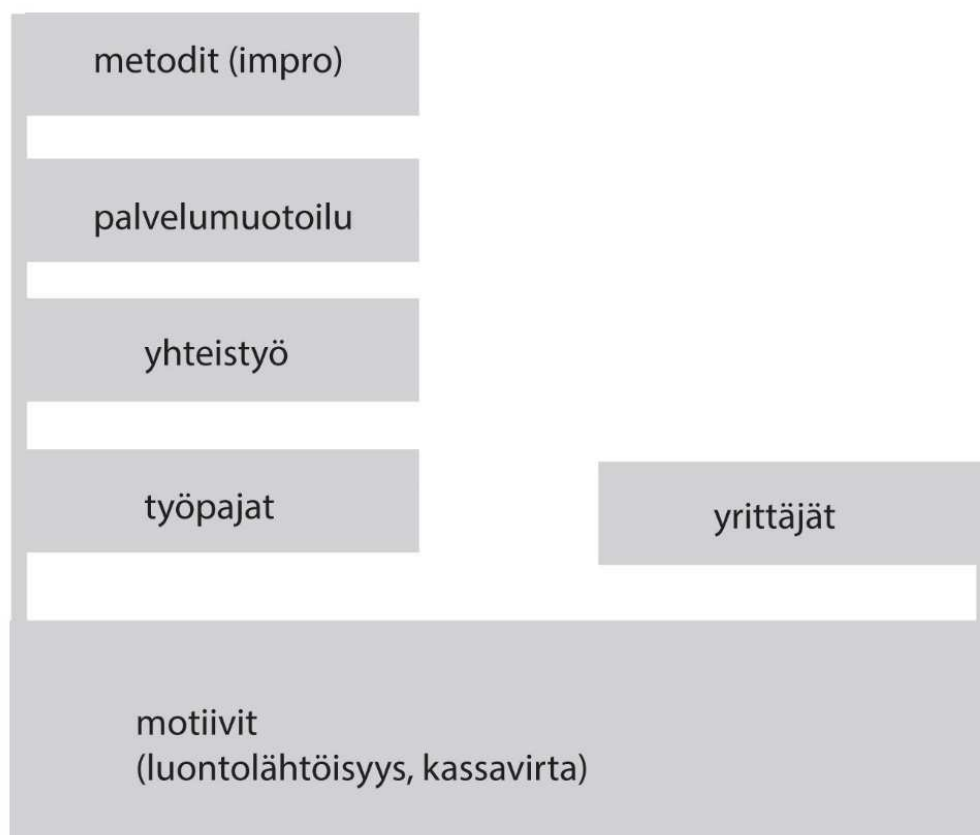


Kuva 2: Tutkimuksen viitekehys.

Yrittäjät osallistuivat (tai jättivät osallistumatta) luontolähtöiseen hanketoimintaan omien motiivinsa ja ideologiansa perusteella (kuva 3). He olivat kiinnostuneita luonnosta ja kestävämmistä palveluntuottamismalleista. Ensimmäisten tapaamisten perusteella muodostettiin yhteiset tavoitteet, joihin palveluiden kehittämistoiminnan tulisi vastata. Yksi olennaisimmista tavoitteista oli yhteistyön kehittäminen, johon haluttiin löytää tapoja ja välineitä. Turismista vahvasti eläville pienille kunnille yritys yhteistyön avulla voidaan kehittää asiakkaalle parempaa palvelukokemusta ja parantaa kaikkien kannattavuutta. Kehitystyötä tehtiin työpajoissa palvelumuotoillun ideointi- ja testausmenetelmien (mm. impron) avulla.

Palvelumuotoilu perustuu yhteistyöhön. Osallistumalla ja osallistamalla saadaan parempia, pitemmälle vietyjä ideoita. Se tekee toiminnasta hauskeempaa ja mahdollistaa luovalle työskentelylle aivan eri lailla kuin ulkoa päin saneltuna.

Improvisaation keinoin saatiin vielä rehellisempiä ajatuksia ja käänteitä palvelutilanne-protoluihin. Ottamalla annetun, tietynlaisen, roolin ”protoilija” antaa itselleen luvan heittäytyä ja heijastaen omien kokemustensa kautta, tuo tilanteeseen jotain aitoa. Kokemukset kuitenkin tulevat tosielämästä ja heijastuksena siitä ne näkyvät myös protoiluharjoituksissa. Lopputuloksena yrittäjä saa työpajasta ideoita ja harjoitusta miten kontaktitilanteita voi viedä pitemmälle asiakkaan tai alihankkijan kanssa.



Kuva 3: Työpajapäivien sisältö ja tavoitteet.

3. Tutkimuksen teemat

3.1 Palvelumuotoilu

Yleisesti

Palvelumuotoilu tuo tuotemuotoilusta tutut toimintatavat palveluiden kehittämiseen ja yhdistää ne perinteisiin palvelun kehityksen menetelmiin. Palvelumuotoilu on käytännönläheistä toimintaa, jossa yhdistetään käyttäjien tarpeet palveluntuottajan liiketoiminnallisten tavoitteiden kanssa tuottaen toimivia palveluita. (Tuulaniemi 2013, 13.) Palveluiden tulee olla niin käytettäviä kuin haluttavia asiakkaan mielestä, sekä tehokkaita ja erottuvia palveluiden tarjoajan näkökulmasta (Miettinen 2009, 34). Palvelut sisältävät sekä näkyviä, että näkymättömiä osia, joita voidaan muotoilla. Aineettomia osioita voidaan tuoda esiin esimerkiksi visualisointien ja hahmomallien avulla. Tavoitteena on tuottaa palveluita, jotka ovat taloudellisesti, sosiaalisesti ja ekologisesti kestäviä. Palvelumuotoilu elää omien oppiensä mukaisesti jatkuvasti kehittämisen tilassa. (Tuulaniemi 2013,13.) Yhteiskunnalle ja liiketoiminnalle tämä tarjoaa uusia mielenkiintoisia mahdollisuuksia kasvuun ja uusia toimintamalleja palvelumarkkinoille (Tuulaniemi 2013, 11). Palvelumuotoilun lähestymistapa on holistinen. Se tarkastelee laajasti vuorovaikutustilanteiden suhteita. Se ottaa kontekstin huomioon tietäen, että palvelut ovat eläviä systeemejä. Palvelumuotoilijan työssä on usein monialaisuuden tarve. (Miettinen 2009, 37.)

Mikä on palvelu?

Kohtaamme palveluita päivittäin lukuisissa eri tilanteissa. Palvelu on aineeton tuote, joka kestää tietyn ajanjakson. Palvelua ei voi omistaa samalla lailla kuin tuotetta, koska toisin kuin fyysinen tuote, palvelu luodaan ja kulutetaan sillä samalla hetkellä kun se käytetään. Palvelu muodostuu erilaisista suhteista vastaanottajan ja antajan välillä¹.

¹ http://designforservice.files.wordpress.com/2010/03/servicedesignbog_uk_web.pdf [haettu

Osa palveluista on tarkoitettu olemaan näkymättömissä ja kiinnitämme niihin ainoastaan huomiota, jos palvelu ei syystä tai toisesta toteudu, kuten esimerkiksi päätivät Internet-yhteydet. Näiden näkymättömien ja taustalla toimivien palveluiden tarkoitus on ”liikuttaa, siirtää, turvata, valvoa, estää tai mahdollistaa tiedon, tavaran tai henkilöstön liikkuminen, siirtyminen tai toiminnan onnistuminen.” (Tuulaniemi 2013, 42 - 43.) Palveluiden keskiössä on aina asiakkaan saama palvelukokemus, joka on sinällään vaikea suunnitella, koska se tuntuu ja toistuu eri ihmisillä aina erilaisena (Tuulaniemi 2013, 13).

Palvelumuotoiluprosessi

Miettinen esittelee Palvelumuotoilu-teoksessaan Engine-palvelumuotoilutoimiston kehittämän kolmivaiheisen palvelumuotoiluprosessia selkeyttävän kuvauksen: Ensimmäisessä vaiheessa tunnistetaan asiakastarve ja suunnitteluratkaisut, jotka perustuvat palvelun toimintaympäristön, asiakkaan liiketoiminnan ja käyttäjien ymmärtämiseen. Toisessa vaiheessa keskitytään toteuttamaan suunnitteluvaihtoehtoja mallintamalla ja visualisointeja tekemällä. Kolmannessa vaiheessa arvioidaan tehtyjä ratkaisuja ja todennetaan palvelun kannattavuus. (Miettinen 2009, 33.)

Tuulaniemi on kuvannut prosessin etenevän samankaltaisesti edeltävän esimerkin kanssa. Tuulaniemen prosessissa edetään kahdeksan vaiheen mukaisesti:

1. Brief, palvelumuotoilun ostaminen. Tässä vaiheessa määritellään, mitä ongelmaa ollaan ratkaisemassa ja mitkä ovat tilaajan tavoitteet.
2. Esitutkimus ja liiketoimintanäkökulma. Toisessa vaiheessa rakennetaan yhteistä ymmärrystä, esimerkiksi benchmarking - ja mindmap-työkalujen avulla.
3. Tutkimus ja asiakasymmärryksen rakentaminen. Kolmannessa vaiheessa selvitetään edelleen yhteisiä tavoitteita sekä rakennetaan ymmärrystä aiheesta

haastattelujen, design-pelien, varjostuksen, luotainten, online etnografian, samankaltaisuuskaavion, asiakasprofiilien ja suunnitteluajureiden kautta. Kyseessä voi olla laadullinen tai määrällinen tutkimus, perinteisellä markkinatutkimuksella voi olla rooli.

4. Strateginen suunnittelu ja liiketoimintamallien kehittäminen. Neljännessä vaiheessa keskitytään palveluntarjoajan liiketoimintaan, esimerkiksi Business Model Canvas - menetelmä voi toimia hyvänä työkaluna palvelun arvioimisessa liiketaloudelliselta kannalta.

5. Suunnittelu, ideointi ja konseptointi. Viidennessä vaiheessa kehitetään erilaisia vaihtoehtoja, joita sitten kuudennessa vaiheessa nopeasti testataan.

6. Palvelujen protoilu, skenaariot ja konseptien alustava arviointi. Keinoina, joilla arvioida protoja ja skenaarioita toimivat arviointimatriisit, Conjoint -analyysit, palvelukertomukset, Blueprint - mallit, palvelusuunnittelun tarkistuslistat ja palvelua arvioivat mittarit. Tässä vaiheessa voidaan todeta jatkuvan seurannan merkitys. Myös hinnoittelu on ajankohtaista.

7. Pilotointi ja palvelun dokumentointi. Palvelumallin pilotointi voidaan toteuttaa näytelmänä.

8. Palvelun lanseeraaminen. Viimeisessä vaiheessa arvioidaan tuotekehitysprosessin onnistumista. Tuotteen kehittäminen ei kuitenkaan lopu tähän vaan toivottavaa on jatkuva kehittäminen ja hienosäätöä. (Tuulaniemi 2013, 55.)

Palvelumuotoilu tarkkailee palvelukokemusta laajasta näkökulmasta. Käyttäjät kokevat palvelun **palvelupolkuna**, joka koostuu useista ajallisesti vaihtelevista **palvelutuokioista**.² Suunnittelun ensimmäinen toimenpide onkin määritellä, mikä osa palvelupolkua otetaan suunnittelun kohteeksi. Mukaan otettavan osan on katettava tarkoituksenmukainen määrä suunniteltavan palvelun palvelupolkua. (Tuulaniemi 2013, 37.) Palvelutuokion aikana käyttäjä näkee, kokee ja aistii palvelun **kontaktipisteiden**

² http://www.muova.fi/tmp_muova_site_16.asp?sua=1&lang=1&s=51 [haettu 17.8.2012]

kautta, joita voivat olla tilat, prosessit, ihmiset tai esineet. Kontaktipisteiden määrittämisellä helpotetaan suunnittelutyötä ja päästään paremmin käsiksi osahaasteisiin. Kuten aiemmin on jo mainittu, käyttäjän kokemusta ei voida täysin ennalta määrätä, koska se on jokaiselle henkilökohtainen, mutta kokemusta voidaan ohjata muotoilun avulla. Asiakkaalle näkyvää osaa, jossa hän itsekään toimii, kutsutaan **front stageksi** näyttämötermistön mukaan. Kulisseihin (**backstage**) asiakas ei näe, ja siellä sijaitsevat palveluntarjoajan taustaprosessit. Palvelun tuottamiseksi suunnitellaan kehikko tai teema, jonka mukaan palvelu tuotetaan. (Tuulaniemi 2013, 37.)

Kontaktipisteissä ihmiset ovat joko palvelua tuottavia tai sitä kuluttavia. Esimerkiksi asiakaspalvelijat erottaa asiakkaista työasuista ja käyttäytymisensä kautta. Palveluympäristö taas voi olla fyysinen tai virtuaalinen. Ympäristö vaikuttaa suuresti asiakkaan mielialaan ja palvelun onnistumiseen. Hyvä esimerkki on se, kuinka Internetissä toimiva käyttöliittymä vaikuttaa asiakkaan saamaan positiiviseen käyttökokemukseen. Palveluissa olevat esineet, kuten pankkikortit tai matkaliput, osoittavat käyttöoikeudesta palveluun. Näin ne tekevät palvelun näkyvämmäksi asiakkaalle. (Tuulaniemi 2013, 39.) Parhaita tuloksia saadaan aikaan käyttämällä iteratiivista lähestymistapaa ja tunnistamalla kriittiset vaiheet ja hetket palvelun kuluttamisessa sekä suunnittelemalla, testaamalla ja uudelleen suunnittelemalla optimoidut ratkaisut palvelun toteuttamiseen. (Tuulaniemi 2013, 51.)

Samoja periaatteita noudattaen palvelumuotoilu voi auttaa myös organisaatiota ja sen kehittämistä sisäisesti, sillä se määrittelee organisaation innovaatioprosessia ja antaa työkalut kehittämistyöhön sekä yhdistää asiakas- ja liiketoiminnan näkökulmat. Palvelumuotoilun työkaluista esimerkiksi visualisoinnin kautta voidaan luoda yhteinen ymmärrys tilanteesta ja määrittää asiakkaalle eniten arvoa tuovat organisaation toiminnot ja resurssit. Samoin kuin perinteisessä tuotemuotoilussa, kytkemällä muotoilu jo prosessin alusta asti kehitystyöhön mukaan, voidaan alentaa kustannuksia. Testaamalla ja mallintamalla tarjottava palvelu, ennen kuin sitä viedään asiakkaan

ulottuville, voidaan palvelutuotetta vielä kehittää niin, että ne vastaavat todella asiakkaan vaatimuksiin ja varmistaa, että tehdyt tai tulevat investoinnit ovat perusteltuja. (Tuulaniemi 2013, 45 – 47.) Kannattaa huomioida se, että olemassa olevien palvelujen uudistaminen on yhtälailla haastavaa kuin täysin uusien palvelujenkin suunnittelu (Miettinen 2009, 55).

Kuten aiemmin on jo mainittu, palvelumuotoilussa hyödynnetään erilaisia työkaluja ja menetelmiä ”yhteiskunnan, markkinatilanteen, organisaatioiden, ihmisten, ideoiden ja konseptien jäsentelyyn, havainnointiin, analysointiin, aktivoimiseen, ohjeistamiseen, motivointiin ja testaamiseen”. Tavoitteena on ymmärtää ihmisiä paremmin, heidän elämänsä ja tarpeitaan, toimintaa ja tavoitteita eri tilanteissa. On oleellista olla empaattinen. Tämän kautta voi havaita täysin uusia palvelu- ja liiketoimintamahdollisuuksia. (Tuulaniemi 2013, 50.) Analysoimalla ja jäsentämällä saatua tietoa voidaan suunnitella toimivia palveluita ideoimalla, konseptoimalla ja prototypioimalla. Yhteissuunnittelu on hyvä tapa saada lisää variaatioita ideoihin. Tehdyt suunnitelmat toteutetaan, dokumentoidaan ja arvioidaan jatkokehittämisen varalta. (Tuulaniemi 2013, 50.)

Taloudellinen puoli

Palvelumuotoilu perustuu käyttäjän ja käyttökontekstin ymmärtämiseen, todelliseen asiakastarpeeseen, relevanttiin kohderyhmään ja yrityksen strategiaan tavoitteisiin ja resursseihin. Palvelumuotoilun avulla kehitetään palveluita, joilla on kohderyhmä ja kysyntä ja jotka ovat yritykselle liiketaloudellisesti kannattavia. Palvelumuotoilun käyttö auttaa yritystä myös erilaistamaan palveluitaan verrattuna kilpailijoihin, koska palveluihin voidaan liittää mielikuvia ja merkityksiä, jotka sitouttavat asiakkaan palvelun käyttäjäksi. Mielikuvat ja merkitykset ovat myös vaikeampia kopioida kuin puhdas tekninen suorittaminen.³ Koska teollisuuden valmistusmenetelmät ja tehokkuus

³ http://www.muova.fi/tmp_muova_site_16.asp?sua=1&lang=1&s=51 [haettu 17.8.2012]

hallitaan nykyisin kaikkialla, niistä ei ole enää kilpailutekijäksi. Nyt palvelu on se lisäarvo, josta halutaan maksaa. Tätä kulttuuria ei voi kopioida, vaan jokaisen palveluntarjoajan on rakennettava omansa. (Tuulaniemi 2013, 29.) Palvelu on palveluntarjoajan ja asiakkaan välinen vuorovaikutusprosessi. Tuottaessamme ratkaisuja ja arvoa erilaisiin tarpeisiin ihmisten, tavaroiden ja asioiden välisissä suhteissa keskeiseksi nousee ymmärrys ihmisten tarpeista ja toiminnan motiiveista eli asiakasymmärryksestä. Tuotantoprosessin tehostaminen ja materiaali- ja logistiikkaratkaisut eivät enää ratkaise kilpailua markkinoilla. Suunniteltaessa palvelua on ymmärrettävä laaja-alainen kokonaisuus, johon palvelu liittyy. Usein palvelut tuotetaan tai kulutetaan muiden palveluiden kanssa. On siis ymmärrettävä, kuinka palvelun eri osat yhteydessä muihin palveluihin ja kuinka palvelut tukevat toisiaan. (Tuulaniemi 2013, 32.) Tavoitteena palvelumuotoiluprosessissa on osallistaa kaikki palveluun liittyvät sidosryhmät yhteistoimintaan jo suunnitteluvaiheessa ja näin kehittää parempia palveluita. Paremmista palveluista nauttivat ihmiset kuluttavat enemmän rahaa niin kerta- kuin toistuvine ostoksineen ja tämä on keino parantaa asiakasuskollisuutta. (Tuulaniemi 2013, 15.)

Palvelu kannattaa paketoida esineeksi, koska silloin asiakas tuntee saavansa heti jotain rahojensa vastineeksi. Aineeton palvelu kannattaa siis puristaa hyödykkeeksi. Tästä samasta syystä tietokoneohjelmistot myydään painavissa, uskottavissa laatikoissa, vaikka asiakas voisi yhtä hyvin ladata ohjelmat suoraan netistä. Palvelumuotoilun yksi keskeinen tehtävä onkin muodon antaminen ”tyhjälle”; palvelun tekeminen näkyväksi visualisoinneilla ja prototyypeillä. Tarjottavasta palvelusta annetaan konkreettisia näytteitä ja laatutasosta viestitetään esimerkiksi arvokkailla materiaaleilla. (Tuulaniemi 2013, 43.) Palvelumuotoilu auttaa havaitsemaan uusia liiketoimintamahdollisuuksia ja luomaan palveluita, jotka ovat strategisesti järkeviä ja jotka luovat arvoa asiakkaille. Palvelumuotoilu auttaa myös tunnistamaan ne liiketoimintapaikat, jossa palvelut tukevat organisaation ja asiakkaan arvonmuodostusta. Palvelumuotoilu on prosessi, joka auttaa havaitsemaan, missä, milloin ja kuinka organisaatio voi tehdä palvelunsa arvokkaammaksi asiakkailleensa sekä itselleen. (Tuulaniemi 2013, 45.) Palvelumuotoilu parantaa organisaation

viestintää ja tuo työkaluja kommunikointiin (Tuulaniemi 2013, 122).

3.2 Green Care

Green Care on luontolähtöistä toimintaa, jolla edistetään ihmisten hyvinvointia ja elämänlaatua. Hyvinvointia lisäävät vaikutukset syntyvät kokemuksellisuuden kautta, ja vaikka usein toiminta sijoittuu maaseudulle tai luontoon, voidaan luonnon elementtejä siirtää kaupunki- ja laitospäristöihin ja saavuttaa samanlaisia hyötyjä. Teoriaperustana kaikelle Green Care - toiminnalle toimii ekopsykologia. Alkujaan Yhdysvalloissa kehitetty psykologian haara näkee ihmisen osana luontoa ja tällöin siis myös ihmisen ja luonnon hyvinvointi kulkevat tiukasti käsi kädessä. Tätä kautta pyritään myös ehkäisemään ihmisen vieraantumista luonnosta ja pyritään rakentamaan kestävä kehityksen mukaista elämäntapaa. Toiminnassa käytetään luontoavusteisia menetelmiä kuten esimerkiksi seikkailukasvatusta, eläinavusteista terapiaa ja toimintaa sekä puutarhan kuntouttavaa käyttöä. Näiden menetelmien kautta voidaan eheyttää, parantaa tai kehittää asiakkaan motorisia, pedagogisia tai psykologisia ominaisuuksia.⁴ Kohderyhmänä voi olla työyhteisö, koulut, nuoriso- tai sosiaalityön asiakkaat, vangit, kehitysvammaiset, mielenterveyskuntoutujat. Menetelmästä riippuen, Green Care - palveluiden tarjoajille on oltava ammatillinen pätevyys mm. hevosterapian antamiseen.

Green Care – palveluita tarjoavien henkilöiden täytyy noudattaa omaa alaansa koskevia lakeja sekä Suomen lakia, ja näiden tueksi Green Care - toiminnalle on laadittu eettiset periaatteet, jotka koskevat kaikkia Green Care-palveluita tarjoavia henkilöitä. ”Kukin toimija on lisäksi velvoitettu perehtymään oman toimialansa eettisiin

⁴ <http://www.gcfinland.fi/> [haettu 20.4.2012]

ohjeistuksiin ja noudattamaan korkeaa ammattietiikkaa omalla osaamisalallaan.” Eettisen ohjeiston on laatinut Tuomo Salovuori.⁵

Ohjeisto tiivistettynä:

- 1) Luontosuhteen merkitys ja luonnon elvyttävyyden arvostaminen.**
- 2) Luontoympäristö ja vastuullisuus.**
- 3) Eläinten kunnioittaminen ja suojeleminen**
- 4) Ammatillisuus – ammatillisuus**
- 5) Menetelmien tavoitteellinen ja vastuullinen käyttö**
- 6) Laatu ja turvallisuus**
- 7) Yhteistyö toimijoiden kesken**
- 8) Asiakassuhde – kokemuksellisuuden ja osallisuuden arvostaminen**
- 9) Ihmisoikeuksien ymmärtäminen ja hyväksyminen**
- 10) Luottamuksellisuus**
- 11) Salassapitovelvollisuus ja tietosuojat** (Tuomo Salovuori, 2012.)

Hilkka Jankkilan toimittaman Rovaniemen ammattikorkeakoulussa vuonna 2012 julkaistuun ”Green Care – hyvinvointia pohjoisen luonnosta”- teoksessa on haettu näkökulmia siihen, miten Suomessa ja maailmalla kasvussa olevia Green Care – toiminnan menetelmiä ja - ympäristöjä käytetään ja voitaisiin käyttää Lapissa tavoitteellisesti, vastuullisesti ja ammatillisesti sosiaali-, terveys-, kasvatus ja kuntoutuspalveluissa sekä matkailussa. (Jankkila 2012, tiivistelmä.) Suomessa Green Care on käsitteenä uusi, mutta toimintana se on palaamista osittain vanhaan. Luontoon ja maaseudun elementteihin nojaavaa hyvinvointi- ja kuntoutustoimintaa on harjoitettu muun muassa vanhus-, kehitysvammais- ja kasvatustyössä. Nyt luonnon elementit vahvasti mukana myös hyvinvointimatkailussa ja työhyvinvoinnin osana. Lapissa luonto on jokaisen ulottuvilla ja sen resurssit ovat ihmisten elämisen ja

⁵ http://www.gcf inland.fi/bloginputs_view.seam?cid=5258045&blogInputId=83650 [haettu 3.10.2012]

elinkeinojen ehto. Luonnonvarojen ekologisen, sosiaalisen, kulttuurisen, ja taloudellisen kestävän ja tasapuolisen käytön hallinta on keskeisellä sijalla maakunnallisessa ja kunnallisessa päätöksenteossa. Tämä edellyttää päättäjiltä entistä parempaa tiedollista pohjaa, myös ekoinnovaatioita arvoissa ja ajattelussa. (Jankkila 2012, 92 - 97.)

Green Care on Sitran tukemaa toimintaa ja Sitra⁶ on linjannut omissa muistioissaan luonnon ja erityisesti maaseudun merkityksestä, että kuluttamisen edelläkävijät hakevat elämäänsä nyt ennen kaikkea tasapainoa. Sitra näkee, että tätä kautta maaseudulle on uutta kysyntää, ja tämä voi muuttaa käsityksiämme esimerkiksi hyvinvoinnista ja kestävyydestä tulevaisuudessa. On todettu, että suomalaiset kaipaavat maaseutu ympäristöltä aineksia hyvään, yksilölliseen elämäänsä tämänhetkisestä asuinpaikasta riippumatta. Suomalaiset näkevät vihreän talouden myös vastaavaan globaaleihin haasteisiin. Maaseutu koetaan virkistymispaikaksi ja voimavaraksi. Sitran muistion mukaan suomalaiset toivovat, että luomu- ja lähiruuan saatavuus pitäisi olla tulevaisuudessa parempi. Lähiratkaisuja, eli ihmiskeskeisiä toimintamalleja, tuotteita ja palveluita, joiden kautta voidaan tuoda asioita lähelle ihmistä, pyritään kehittämään. Sitran mukaan maaseudun tulevaisuus riippuu siitä, kuinka hyvin pystytään tunnistamaan merkityksiä ja luomaan sille uutta kysyntää.

Vihreän talouden nähdään olevan jatkuvasti vahvistumassa oleva trendi ja Sitran mukaan Green Care on yksi tulevaisuuden mahdollisuuksista. On kuitenkin oleellista, että tähän mahdollisuuteen tartutaan aktiivisten tekijöiden ja toimijoiden voimin. Tässä korostuu kokeilukulttuurin tarve. Kokeilukulttuuri on ajattelutapa, jossa nopealla aikataululla edetään ideoiden testaamiseen ja saadaan näin käytännönläheistä kokemusta ja palautetta. Tätä kautta opitaan tekemään asiat paremmin. Aina kokeilut eivät onnistu, mutta se kuuluu tämän luontoiseen prosessiin. Suunnittelemalla viisaasti ja hyödyntäen ihmisten osaamista, riskit ovat verrattain pienet. Kaikkein tärkeintä

⁶ <http://www.sitra.fi/maaseutu> [haettu 8.5.2012]

korkeakulttuurissa on innostaa ihmisiä tarttumaan asioihin ja parantaa omaa ja yhteisön hyvinvointia. Eri toimialojen ihmisiä yhdistämällä prosesseissa voidaan hyödyntää laajempaa osaamistaustaa ja löytää uusia ajattelutapoja.⁷

3.3 Konseptointi, Design driverit

Pro gradu - tutkielmassani tutkin palvelumuotoilun metodien kautta, kuinka suunnitella luontolähtöisiä tuotteita ja palveluita. Tarkoitus on löytää suunnitteluajureita, joita voidaan hyödyntää tulevaisuudessa Green Care-hankkeen puitteissa tai muissa kestävämmän kehityksen mukaisissa palvelu- ja tuotesuunnitteluprosesseissa. Suunnitteluajureiden kautta palveluita ja tuotteita voidaan konseptoida ja improvisaation keinoin valmiita konsepteja voidaan testata kehitysryhmän kesken.

Konsepti on ennakoiva, perusteltu, oleelliseen keskittyvä ja ymmärrettävä kuvaus tuotteesta (Miettinen 2011, 119). Konseptisuunnittelua käytetään välineenä uusien tuotteiden tuotemahdollisuuksien kartoittamiseen. Konseptointi perustuu usein käyttäjä- ja markkinatutkimuksiin, teknologiaselvityksiin tai trendianalyysiin. Huolellisesti suoritettua konseptointivaiheen jälkeen voidaan siirtyä varsinaiseen tuotekehitysvaiheeseen.⁸ Konseptin avulla voidaan hahmottaa tuotteen tai palvelun keskeiset ominaisuudet sekä kuvataan käyttäjän tarpeita. Käyttäjäkeskeinen suunnittelu, tutkimustieto ja visuaalinen aineisto auttavat tekemään käyttäjien tarpeista ymmärrettäviä konseptia kehitettäessä. Konsepti ei määrittele tuotetta tai palvelua tarkasti, mutta sen avulla voidaan laatia skenaarioita, ennakoida tulevaisuutta ja yritys saa sitä kautta tukea päätöksiinsä. Tuote- ja palvelumuotoilun konseptien kehittäminen on samankaltainen monilta osin asiakkaiden tarpeiden tunnistamisesta, konseptin kehittämiseen, valintaan, testaukseen ja viimeistelyyn asti (Miettinen, Kalliomäki ja

⁷ <http://www.sitra.fi/maaseutu> [haettu 8.5.2012]

⁸ http://www.muova.fi/tmp_muova_site_16.asp?sua=1&lang=1&s=51 [haettu 17.8.2012]

Ruuska 2011, 107 - 108.) Huolellisesti suoritettua konseptointivaiheen jälkeen voidaan siirtyä varsinaiseen tuotekehitysvaiheeseen⁹.

Suunnitteluajurit eli design driverit toimivat käytännönläheisenä ohjenuorana siinä, mitä suunnitellussa konseptissa ratkaistaan sekä millaista tietoa ja osaajia tarvitaan. Suunnitteluajurit perustuvat yleensä käyttäjätutkimukseen tai kilpailevien tuotteiden tutkimukseen ja selkeyttävät keskeiset uudelta tuotteelta odotetut päävaatimukset¹⁰ sekä kiteyttävät hahmotellut tarpeet ja mahdollisuudet positiivisiksi tavoitteiksi. Suunnitteluongelman jäsentämisen lisäksi ne samalla määrittelevät ratkaisua. (Miettinen, ym. 2011, 97.) Suunnitteluajureiden avulla asiakkaiden tarpeet, tavoitteet ja motivaatio tuodaan suunnitteluprosessin keskiöön. Hyvin valitut ja arvioidut suunnitteluajurit auttavat suunnittelijoita kehittämään selkeitä ja vahvoja konsepteja, joissa on mukana tärkeimmät asiakastavoitteet. (Tuulaniemi 2013, 68.) Louis Wohlin mukaan suunnitteluajurit vaikuttavat ja näkyvät suunnitelmissa lukuisin eri tavoin. Fyysisesti ne voivat näkyä esimerkiksi tilasuunnittelussa ovien ja ikkunoiden paikkoina, eli asioina joihin ei juuri voi vaikuttaa, mutta jotka täytyy ottaa suunnittelussa huomioon. Ne voivat vaikuttaa suunnitelmiin positiivisesti tai negatiivisesti eli ovat joko mahdollisuuksia tai haasteita. Jos vaikutus on negatiivinen, on tärkeää arvioida, onko ongelman selvittämien taloudellisesti järkevää.¹¹

Asiakkaiden tarpeet kirjataan asiakasprofiileihin suunnittelua ohjaamaan. Jos esimerkiksi asiakastutkimuksesta on käynyt ilmi, että asiakkaalle on tärkeää uuden asian tai tekemisen vaivaton kokeileminen (ja myöhemmin myös aloittaminen), niin

⁹ http://www.muova.fi/tmp_muova_site_16.asp?sua=1&lang=1&s=51 [17.8.2012]

¹⁰ http://www.taik.fi/palvelut/future_home_institute/tutkimus/termit.html [10.10.2013]

¹¹ http://www.louiswohl.com/wp-content/uploads/2010/05/1203_Embrace_Design_Drivers.pdf [7.10.2012]

yksi design driver on esimerkiksi järjestää tilaisuuksia palveluun tutustumiseen. Design driverit ovat kiteytyksiä siitä, mitä palvelun tulisi tarjota tai mihin tarpeeseen vastata. (Tuulaniemi 2013, 68.) Ohjeeksi suunnitteluveturien muotoilulle Wikberg ja Keinonen antavat, että yksi design driver on voitava ilmaista yhdellä rivillä ja että kaikkien on mahdollista yhdelle Power Point -kalvolle (Miettinen ym., 2011, 97).

3.4 Yhteenvetoa

Palvelumuotoilu luo uutta ja kehittää vanhaa. Se on käytännönläheistä toimintaa, jossa pyritään yhdistämään niin käyttäjien tarpeet kuin palveluntuottajan liiketoiminnalliset tavoitteet. Havainnoimalla ja analysoimalla huolellisesti saatu tieto, voidaan palveluita suunnitella ideoimalla, konseptoimalla ja prototypioimalla. Lopputuloksena syntyvien palvelutuotteiden tulisi olla toimivia ja vastata sidosryhmien tarpeisiin. Lisävariaatioita ideoihin voidaan saada yhteissuunnittelun avulla. Tähän pyritään Green Care-hankkeen kehitysryhmätoiminnassa. Enontekiö-Utsjoki-ryhmä koostuu monipuolisesta joukosta eri alojen edustajista ja kirjo kehitettävistä kohteista on laaja. Yhteissuunnittelun kautta voi syntyä uusia, merkittäviäkin oivalluksia.

Green Care on taas luontolähtöistä toimintaa, jolla edistetään ihmisten hyvinvointia ja elämänlaatua. Hyvinvointia lisäävät vaikutukset syntyvät kokemuksellisuuden kautta, ja vaikka usein toiminta sijoittuu maaseudulle tai luontoon, voidaan luonnon elementtejä siirtää kaupunki- ja laitosympäristöihin ja saavuttaa samanlaisia hyötyjä. Sitra näkee Green Care-toiminnan yhdeksi tulevaisuuden mahdollisuuksista vihreä talouden ollessa vahvistuva trendi tällä hetkellä. Tällä hetkellä haetaan erityisesti lähiratkaisuja, ihmiskeskeisiä toimintamalleja, tuotteita ja palveluita. Palvelumuotoilussa hyödynnetään nopeita ideoiden testausmenetelmiä ja tämä on Sitran mainitsemaa kokeilukulttuuria, jossa voidaan nopealla aikataululla käydä läpi suuri määrä ideoita. Näin saadaan kokemusta ja palautetta, jonka perusteella kehittää edelleen toimintaa. Työpajatoiminnassa täytyy ideat toteuttaa nopeasti rajallisen ajan

takia. Näin toimimme myös Enontekiöllä pidetyssä ideoiden testaamiseen keskittyneessä kehitysryhmätapaamisessa. Nopealla aikataululla etenimme vuorovaikutus-tilanteiden improvisaatioon, jossa uusia ideoita sai alkunsa keskustelun ohessa. Lapissa on valtava potentiaali tällä alalla, arktisen luonnon tarjotessa ainutlaatuisen ympäristön hyvinvointia parantaville palveluille.

4. Tutkimuksen tausta

4.1 Yleisesti Green Care - hankkeesta

Rovaniemen ammattikorkeakoulussa alkoi vuonna 2011 selvityshanke Green Care -toiminnasta Lapin alueella. Tuossa hankkeessa kartoitettiin mitä Green Care -toimintaa Lapissa jo oli tuolloin ja mitä voisi olla tulevaisuudessa. Hankkeessa kartoitettiin erityisesti toiminnan lappilaisia erityispiirteitä. Lopputuloksena syntyi Pirkko Jankkilan toimittama teos "Green Care - hyvinvointia pohjoisen luonnosta" (2012). Jatkohanke teeman tiimoilta alkoi 2012 ja kestää 2014 vuoden alkuun asti. Tuona aikana Lapin alueella toimii useita eri kehitysryhmiä, joiden kesken luodaan omat tavoitteet, ja toimitaan niiden tavoitteiden mukaisesti 5 - 6 kuukautta. Pääsin Pro gradu- tutkielmani kautta seuraamaan Enontekiö-Utsjoki-kehitysryhmän toimintaa sekä esittelemään palvelumuotoilun mahdollisuuksia ryhmälle.

Keväällä 2012 pidetyissä Green Care - infotilaisuuksissa, ja ensimmäisessä tapaamisessa Enontekiöllä toukokuussa, läsnä oli paljon eri alojen edustajia, ja aivan kuten Green Care-toiminnan kuvauksessa esimerkiksi yhdistyksen Internet-sivuilla kerrotaan, toiminta on monialaista. Syksyllä 2012 pidetyissä ideointi- ja tuotekehitystyöpajoissa huomasin, että suurin osa osallistujista (jollei kaikki) olivat ennen kaikkea kiinnostuneita kehittämään matkailupalveluita. Ensisijaisena asiakaskohderyhmänä pidettiin matkailijoita. "Off-season" -aikana samoja palveluita kohdennettaisi enemmän paikallisille. Näitä palveluita kehittäessä huomattiin erilaisia ongelmia, esimerkiksi miten saada paikallinen ostamaan luontoretkipalvelu, jos henkilö itse voi toteuttaa saman ilmaiseksi. Tähän vaihtoehdoksi tarjottiin vaihdantaan perustuvia palveluja tai tuoterepertuaarin muuttaminen paikallisia kiinnostaviksi.

4.2 Lappi – kestävät matkailupalvelut

Suomen Lappi on Euroopan unionin pohjoisin alue. Läänin pohjoisimmasta osasta eteläiselle rajalle on yli 600 kilometriä ja Lappi on noin kolmasosa koko Suomen pinta-alasta. Pitkät etäisyydet, laajuus ja vaihtelevat luonnonolosuhteet tekevät Lapin kehittämisestä haasteellista. Yleiset kehitysnäkymät ovat kuitenkin myönteiset, työllisyyskehitys on parantunut ja investointeja tehdään erityisesti kauppa- ja palvelualoille. Lappiin vaikuttavat rajanaapurit; idässä Venäjä, pohjoisessa Norja ja lännessä Ruotsi. Venäjän, Norjan ja Ruotsin kanssa tulee kehittää yhteistyötä työmarkkinoilla, yhteistuotannossa, alihankintaketjuissa ja kansainvälisessä yhteismarkkinoinnissa. Lisäksi Lapissa tulee huomioida saamelaiskulttuurin ja -elinkeinojen säilyminen.¹²

Lapissa toimivista yrityksistä 95 prosenttia on pk -sektorin yrityksiä, joita toimii mekaanisessa puunjalostuksessa, metalli- ja konepajateollisuudessa, rakentamisessa, kaupassa, matkailualalla, kuljetusalalla sekä metsätaloudessa. Kasvu on nopeinta matkailun alalla, joka on yksi Lapin tärkeimmistä elinkeinoista, kaupan ja rakentamisen jälkeen. Lapissa matkailu perustuu pääasiallisesti luontoon ja sen vetovoimaan. Lappiin kohdistunut matkailu on ollut ja on edelleen vahvasti sesonkiluonteista, painottuen jouluihin ja talveen.¹³ Sesonkikeskeisyys johtaa siihen, että rakennettu ympäristö jää suurelta osin vuotta käyttämättä ja matkailun parissa työskentelevät eivät muuta asumaan alueelle vakituisesti. Ympäri vuotinen käyttö voisi vastata näihin ongelmiin sekä vahvistaa paikan kulttuuria. (Sarala, Lehmuspelto, & Suopajarvi 2009, 56.)

Matkailua pyritään nyt kehittämään ympärivuotiseksi, ja tarjoamalla laadukkaita palveluita, kansainvälinen yleisö mielessä pitäen, voidaan nostaa palveluiden

¹² <http://www.tem.fi/files/20758/TEM32.pdf> [haettu 11.4.2013]

¹³ <http://www.tem.fi/files/20758/TEM32.pdf> [haettu 11.4.2013]

käyttöastetta ja näin parantaa kannattavuutta. Alaa koskevien investointien arvellaan kasvavan lähivuosina. Matkailu tuokin sekä välitöntä taloudellista hyötyä matkailupalvelun järjestäjällä, että välillisiä etuja muille elinkeinoille. Saadun taloudellisen hyödyn lisäksi se luo uusia työpaikkoja. On oleellista, että matkailukeskusten ja toimijoiden yhteistyötä ja verkostoitumista kehitetään, näin saadaan keinoja ratkaista alueellisia ongelmia. Elämysmatkailun laajentaminen kesällä pitää toteuttaa hallitusti ympäristönäkökulmat huomioiden.¹⁴

Matkailu on monimuotoinen ilmiö. Se koostuu mielikuvista, paikasta, ihmisten kohtaamisista, tuotteesta, työstä ja erilaisten järjestelmien toiminnasta. Lisäksi matkailukohde eli paikka ja sen asukkaat ja kulttuuri ovat paitsi toiminnan ympäristö, myös osa tuotetta. Kun matkailua tarkastellaan laajassa yhteiskunnallisessa kontekstissa, todennäköisistä muutoksista kiinnostavimpia ovat väestömuutokset eli poismuuton lisäksi uusien asukkaiden vastaanotto, paikallisen kulttuurin rooli matkailussa sekä luontoympäristön muutoksiin liittyvät kysymykset. (Sarala ym. 2009, 56.) Paikka on tärkeä osa matkailutuotetta ja matkailija odottaa sen poikkeavan omasta kotiympäristöstään. Paikallinen, omaleimainen kulttuuri, saa ja kuuluu näkyä. Tunnelma, vieraiden vastaanotto, rakennukset ja ympäristö luovat eksoottisen kokemuksen matkailijalle, vaikka paikallisen voi olla joskus vaikea huomata niiden hienoutta. Matkailupalvelut sitoutuvat paikkoihin ja paikallisiin ihmisiin, joten kehitystyössä pitää huomioida alueiden ihmisten tarpeet sekä luonnonkäyttömuodot. (Sarala ym. 2009, 56.)

Entisen maakuntajohtajan ja Rovaniemen nykyisen kaupunginjohtajan, Esko Lotvosen, mielestä kansainvälinen matkailu on kehittynyt Lapissa hyvin viime vuosina. Syynä tähän hän pitää eri toimijoiden intressien yhdistymistä ja siitä syntyneitä matkailukeskuspainotteista kehittämistä, joka taas luo kestävämpiä kokonaisuuksia. (Sarala, ym. 2009, 18.) "Vaikka luonnonvarojen käyttö ja elämysuotannon vaatima

¹⁴ <http://www.tem.fi/files/20758/TEM32.pdf> [haettu 11.4.2013]

alueiden käyttö koetaan usein toisiaan poissulkeviksi asioiksi, on alueiden käyttötarpeet sovitettavissa, jos vain tahtoa eri intressiryhmiltä löytyy”, Lotvonen jatkaa (Sarala, ym. 2009, 18 - 19). Ympärivuotisen matkailun lisääminen edellyttää kesätuotteiden kehittämistä ja kattavia matkailupalveluita. Oleellinen osa kesämatkailusta perustuu luonto- ja erämatkailuun sekä lohikalastukseen. Kehittämällä esimerkiksi palveluita saamelaisyriyten toimesta saamelaiskulttuurin ympärille, tai kansallispuistojen läheisyyteen kulttuurihistoriaan pohjautuvia matkailutuotteita, saadaan lisää erilaisia vaihtoehtoja ja voidaan saada uudenlaisen yleisön kiinnostus herätettyä.¹⁵

Kestävän matkailun periaatteita tulee kehittää yhteistyössä matkailukeskusten, ympäristön ja alueen yrittäjien kanssa. Erityisesti ekologisen matkailun kehittäminen sopii Pohjois-Lapin alueelle, koska alue ei voi vastaanottaa suuria matkailijamääriä infrastruktuurin eikä kulutukselle herkän luonnon puolesta. Tässä kehitystyössä tulee kannustaa pieniä toimijoita verkostoitumaan ja tuottamaan pienille ryhmille ekologista ja sosiaalista matkailua. Tämä tulee pitää erillään suurten matkailujärjestäjien toiminnasta, ja sille voidaan luoda omanlainen myynti- ja laatu järjestelmänsä. Verkostoitumisen kautta voitaisiin parhaiten tukea tulojen jäämistä paikalliselle tasolle ja edistää kestävän kehityksen mukaista matkailua. Yksi keino säästää luontoa ja energiaa on kiinnittää huomiota matkailupalveluiden ja elämysten kehittämisessä matkailijan viipymään alueella. Se edistää työn tarjonnan tasaisempaa jakautumista. Mahdollisuuksia elinkeinojen kehittämiseen tarjoaa kansainvälisyys ja valtakunnan rajat ylittävä yhteistyö. Ekologisen matkailun kehittäminen tarjoaa alueelle uusia mahdollisuuksia.¹⁶

”Saamelaiset ovat Suomen ainoa alkuperäiskansa. Saamelaisten kulttuuri - itsehallinto

¹⁵ <http://www.tem.fi/files/20758/TEM32.pdf> [haettu 11.4.2013]

¹⁶ <http://www.tem.fi/files/20758/TEM32.pdf> [haettu 11.4.2013]

ja oikeus omaan kieleen ja kulttuuriin taataan Suomen perustuslaissa. Saamelaiskulttuuri pitää sisällään saamelaiselinkeinot, joita ovat poronhoito, kalastus, metsästys, käsi- ja taidetyöt sekä liitännäiselinkeinot, kuten matkailu.” Näin linjataan Työ- ja elinkeinoministeriön selvityksessä. Selvityksessä huomioidaan myös ekologisen matkailun kehittämisessä saamelaiselinkeinojen vahva kulttuurinen merkitys. Saamelaiskulttuurin hyödyntäminen matkailussa on tehtävä ehdottomasti yhteistyössä saamelaisyrittäjien kanssa, saamelaiskulttuuria loukkaamatta ja hyvällä maulla. Erityisesti poronhoito on erityisesti saamelaisalueilla kulttuurinen elinkeino. Poro onkin Lapin matkailun suuri imagotekijä. Se on myös harvaanasuttujen alueiden elinkeino, joka estää muuttotappiota ja on luonteeltaan ekologinen elinkeino. Poronhoito tarjoaa luontevia mahdollisuuksia yhdistää matkailua poronhoidon harjoittamiseen.¹⁷

Goeldner ja Ritchie määrittelevät matkailun prosessiksi, aktiviteetiksi ja seuraukseksi, matkailijan ja matkailupalveluidenjärjestäjän välisestä vuorovaikutuksesta, jotka liittyvät vierailijoiden viihtymiseen. Matkailupalveluiden tuottamiseen liittyy lukuisia sidosryhmiä. Matkailijan hakiessa psykologisia, sosiaalisia ja fyysisiä kokemuksia, matkailupalveluiden tarjoaja pyrkii täyttämään matkailijan odotukset tarjoamalla keskinäisiä, yhdistettyjä tai pakettiratkaisuja. Nämä voivat rakentua luonnollisista resursseista, kulttuurisesta tai rakennetusta ympäristöstä, hallinnollisista aktiviteeteista ja useista operoivista sektoreista. (Stickdorn & Frischhut, 2012, 25.)

Palvelumuotoilu tarjoaa uuden ajattelutavan matkailuun, koska palvelu on ennen kaikkea rakennettu asiakkaan näkökulmasta, ja palvelumuotoilu auttaa ymmärtämään tätä perspektiiviä. Näin kyetään suunnittelemaan sopivia palvelusysteemejä. Matkailua tulee lähestyä holistisesti ja soveltaa saatuja tuloksia koko organisaation laajuudelta. [Sukowski, Amersdorffer] (Stickdorn & Frischhut, 2012,119.) Tosiasia on, että matkailun tarjoajat eivät voi klassisella mainonnalla enää niin paljon vaikuttaa

¹⁷ <http://www.tem.fi/files/20758/TEM32.pdf> [haettu 11.4.2013]

matkailijoihin, koska vain korkealaatuiset ja erikoislaatuiset kokemukset leviävät sosiaalisissa medioissa. Matkatoimistojen yms. organisaatioiden tarpeellisuus vähenee. (Stickdorn & Frischhut 2012,121.) Facebook, Twitter, erilaiset keskustelupalstat sekä ”blogit” on pakko ottaa huomioon matkailumarkkinointia suunnitellessa (Sarala, Lehmuspelto, & Suopajarvi 2009, 54). Lotvosen esittämässä visiosta Lapista, ”Lappi 2030” sanotaan, että Lappi tulee tulevaisuudessa olemaan ”vetovoimainen, luonnoltaan ja kulttuuriltaan rikas, luova ja kansainvälisesti arvostettu pohjoinen menestyjämaakunta. Lappi antaa elämänvoimaa.” (Sarala ym., 20 - 21.)

4.3 Kestävän kehityksen näkökulmat GC- tyylisessä suunnittelussa

Kestävä kehitys – määritelmä

Kestävän kehityksen perustana pidetään Brundtlandin raportiksi kutsuttua julistusta vuodelta 1992, jossa pyritään varmistamaan kohtuullinen kehitys kaikille ihmisille, myös tuleville sukupolville, ja säilyttämään samalla ympäristön loukkaamattomuus maailmanlaajuisesti¹⁸.

Kestävä kehitys tuotesuunnittelussa

Euroopan komissio on laatinut vuosituhannen vaihteessa kirjan yhdenntetystä tuotepolitiikasta, jolla pyritään luomaan vaurautta ja kilpailukykyä ekologisesti entistä kestävimpien tuotteiden avulla. Tulevaisuudessa tuotteiden elinkaareissa täytyy kulua vähemmän resursseja, niiden täytyy aiheuttaa vähemmän ympäristövaikutuksia ja jätteitä niin suunnittelu- kuin loppuvaiheessa.¹⁹ Sanna Siiran Pro Gradu-työssä (2008)

¹⁸ http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/fi/com/2001/com2001_0068fi01.pdf [haettu 22.1.2013]

¹⁹ http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/fi/com/2001/com2001_0068fi01.pdf [22.1.2013]

käsiteltiin Ezio Manzinin jo vuonna 1992 esittämiä ajatuksia, joiden kautta kehittää ympäristöominaisuuksia muotoilussa. Manzinin mukaan näitä ohjeita on kolme; ensiksikin, nykyisten tuotteiden ympäristömyönteinen uudelleensuunnittelun kautta parannetaan olemassa olevaa tuotetta uusien arvojen ja vaatimusten mukaisiksi; toiseksi, kehitetään aivan uusi tuote, joka korvaa jonkin olemassa olevan tuotteen paremmilla ominaisuuksilla; tai kolmanneksi, kehitetään uusi tuotekonsepti, joka voi olla vaikeammin näistä kolmesta vaihtoehdosta toteutettavissa, mutta jonka kautta ympäristön kannalta saadaan parhaat parannukset. Esimerkkinä tällaisesta Manzini on maininnut palvelun kehittämisen tuotteen sijaan. (Siira 2008, 16.) Tuotekehityksessä on enenevässä määrin käytetty ekoinnovaatioihin johdattelevia menetelmiä, kuten Michael Braungartin ja William McDonoughin kehittämää Cradle to Cradle - lähestymistapaa (2002), jossa tuotteiden valmistuksessa ei synny ”jätettä” vaan kaikki voidaan hyödyntää uusissa yhteyksissä ja jätteitä tavanomaisessa mielessä ei synny. Jäte nähdään ennemminkin ravintona jollekin uudelle. Biomimicry (2002) on taas Janine M. Benyusin idea kehittää tuotteita ja palveluita, jotka ottavat mallia luonnosta. Tuotteet ovat erityisen toimivia, koska luonto on tehnyt tuotekehitystyötään miljoonia vuosia.

Cradle to Cradle on erityisen vaativa lähestymistapa, jolla on moninainen kriteeristö siitä, millainen tuote on oikeasti Cradle to Cradle - tuote. Fyysisissä tuotteissa materiaalien valmistus, -käyttö ja kuljetus, tuotteen kokoaminen, - käyttö ja – kierrätys ovat helpompia tieteellisin menetelmin arvioida ja prosessin vaiheita kehittää täyttämään asetetut C2C-tuotteen vaatimukset. Green Care - tuotteet ovat taas palvelutuotteita, joiden arviointi perustuu lähinnä aistihavaintoihin ja sinällään C2C-ideologian tuominen GC - tuotteisiin voi vaikuttaa turhan vaativalta ja turhalta, mutta C2C on maailmalla kuluttajille tunnettu laatukriteerin merkki ja lupaus ympäristölle parhaista tuotteista. ”Muotoilu perustuu yritykseen täyttää ihmisten tarpeet kehittyvässä teknisessä ja kulttuurisessa kontekstissa. Aloitamme soveltamalla aktiivisen positiivisen listaa olemassa oleviin asioihin, sitten asioihin joita voimme vielä vain kuvitella tai joita ei ole vielä luotu. Kun optimoimme, avaamme mielikuvituksemme radikaalisti uusille mahdollisuuksille. Kysymme: mikä on asiakkaan tarve, miten tämä

kulttuuri kehittyä ja miten nämä tarpeet voivat kohdata miellyttävällä ja erilaisella tavalla tuotteissa ja palveluissa.” (McDonough & Braungart 2002, 180 - 181.)

Biomimicry ottaa siis mallia luonnosta tuotteiden valmistusta ja muodonannollisissa asioissa. Luonto on muokannut eläimet ja kasvillisuuden asuinalueille sopiviksi ajan kuluessa. (Benyus 2002, 2.) Samaa perinteisiin perustuvia kokemuksia voi liittää Green Care - toimintaan. Ihmisilläkin on tuotteita ja tapoja, jotka ovat ajan myötä hioutuneet tietynlaisiksi hyvästä syystä. Jos yrittäjät haluavat paremmin tutkia tuotteidensa nykyisiä ja muutosten jälkeisiä ympäristövaikutuksia on tähän monia keinoja. Esimerkiksi ”Eco Design Strategy Wheel”, jonka kautta ympäristövaikutuksia on mahdollista arvioida ja muutoksia on mahdollista konkretisoida asiakkaille ja alueen muille toimijoille²⁰. ”Business Model Canvas” taas toimii yhtenä tapana arvioida idean liiketaloudellinen toteuttavuus, nostaa esiin puuttuvat osat suunnitelmasta ja realistisen kuvan tuotteesta. Täyttämällä Business Model Canvasin kohdat huolellisesti voidaan käydä tuoteidea läpi useasta eri näkökulmasta ja voidaan varmistua sen käyttökelpoisuudesta.²¹

Ensisijaisesti kestävyysparantamiseen vaikuttavat yritykset ja kuluttajat. Tuotteiden ympäristövaikutuksista päätetään jo suunnitteluvaiheessa, mutta myös kuluttajien täytyy löytää ekologiset tuotteet ja käyttää niitä tarkoitetulla tavalla. Kulutustottumuksiin pyritään vaikuttamaan tarjontaan kohdistuvilla toimilla kuten luomalla standardeja ja direktiivejä tuotteen elinkaaresta sekä esimerkiksi tuotetiedoista. Kuluttajien tahto ostaa ekologisesti kestävämpiä tuotteita on merkittävin

²⁰ http://ocw.tudelft.nl/courses/product-design/delft-design-guide/part-2-design-methods/21-creating-a-design-goal/ecodesign-strategy-wheel/?jumpurl=uploads%252Fmedia%252FEcoDesign_Strategy_Wheel.pdf&juSecure=1&mimeType=application%252Fpdf&locationData=7241%253Att_conten %253A35196&juHash=e4aeb3a857ef4f2aba8da217752f726b1bdb0d7 [haettu 10.10.2013]

²¹ <http://www.businessmodelgeneration.com/canvas> [haettu 10.10.2013]

vaikutin, jolla yritykset saadaan innovoimaan ja parantamaan tuotteidensa ekologista kestävyttä. Suurempi kysyntä nopeuttaa prosessia kaikilta osin. Kysyntää on luotava niin, että yritykset ja kuluttajat ohjaavat toisiaan. Euroopan komissio kehottaa yrityksiä edistämään ympäristöasioista aktiivista tiedottamista sekä kuluttajia haastamaan tuotteiden ympäristöominaisuuksia. Lapset, tulevaisuuden kuluttajat, tulisi saada mukaan tähän prosessiin opettamalla niin koulussa kuin kotona omien tuotevalintojen merkitystä. Helpottamalla kuluttajan tuotevalintojen tekoa, on luotu erilaisia järjestelmiä, kuten EU:n energiamerkki. Energiamerkki osoittaa tuotteen energiatehokkuuden ja helpottaa yritystä markkinoimaan parhaita mallejaan. Kuluttaja taas saa energiamerkin kautta ymmärrettävää, asianmukaista ja uskottavaa tietoa riippumattomasta lähteestä. ISO standardien pohjalta on luotu viitekehys erityyppisiä ympäristömerkintöjä varten. Erona on eri merkkien kesken se, kuinka pitkälle elinkaariajattelu on viety. Tämä selkeyttää eri merkkien vertailtavuutta ja voi auttaa tuotteen kehittyessä siirtymään seuraavaan, kehittyneempään tyyppiin.²²

Tuotesuunnittelun elinkaarisuunnittelun tueksi on kehitetty strategiaa, joka tarjoaa ympäristönäkökulman suunnitteluprosessiin. Strategian tavoitteena on tuotteen tarjoaman palvelun optimointi, resurssien säästäminen, jätteiden vähentäminen sekä saastumisen vähentäminen. Suunnitteluprosessin tueksi on esitetty lukuisia käytännöllisiä suunnitteluperiaatteita, joiden kautta strategian tavoitteisiin päästään. Suunnittelun pitää mahdollistaa entistä puhtaamman tuotannon ja käytön, esimerkiksi energiankulutus ja syntyvien jätteiden määrän tulee vähentyä, ympäristölle haitallisten aineiden korvaaminen tuotteessa ja kulutuksessa, uusiutuvien materiaalien käyttö, tuotteen kestävyuden lisääminen ja tuotteen elinikää pidentävä suunnittelu, eli tuotetta voi korjata tai toimintoja päivittää. Tuotteen tulee mukautua tuleviin tarpeisiin, olla monikäyttöinen, uusiokäytön ja kierrätyksen mahdollistava, ja yksinkertainen, jotta sen valmistaminen tai purkaminen on helpompaa. (Siira 2008,61.)

²² http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/fi/com/2001/com2001_0068fi01.pdf [haettu 22.1.2013]

Tuotteen valmistaja pyrkii tuottamaan muodinmukaisia ja niin sanottuja ”turvallisia tuotteita. ”Liika turvallisuus vähentää tuotteiden idearikkautta ja tämä voi olla syynä siihen, että esimerkiksi teollinen muotoilu on vaikea kehittyä muotoon, jossa se voisi ratkaista ajankohtaisia huolia ja ongelmia. Tuotemuotoilu ja valmistus näkyvät ympäristössä suoraan seurauksina toimistamme. (Walker 2006, 7-8.) Uusia ideoita ja innovaatioita kaivataan kipeästi. Walkerin mukaan muotoilijoiden täytyy olla koulutettuja kohtaamaan asioita, jotka menevät totuttujen rajojen yli. Muodostaessamme mielipiteitä tuotteista, filosofia, historia, keskustelu ja kriittinen ajattelu kohtaavat. Muotoilijoiden tehtävä on kääntää vahvat ideat ymmärrettävään muotoon. (Walker 2006, 12 - 13.) Keskustelu kestävästä kehityksestä korostaa suurempaa sosiaalista yhdenvertaisuutta ja elinolojen parantamista niille, jotka sitä tarvitsevat, erityisesti kehittyvissä maissa, ja se rohkaisee keskusteluun luonnollisesta ympäristöstä ja energian käytön vähentämisestä, kuluttamisesta ja ihmisten ahneudesta. (Walker 2006, 17.)

Ympäristöllinen vastuuntunto, sosiaalinen yhdenvertaisuus ja ihmisoikeudet ovat tulleet tunnistetuiksi lainsäädännössä ja ajatuksissa, vaikka ei ole vielä ymmärrystä miltä kestävä yhteiskunta saattaisi näyttää. On myös ratkaistava se miten me pystymme pääsemään sinne tästä tilasta, jossa käytämme energiaa, käytämme resursseja ja kulutamme. (Walker 2006, 24.) Kestävän kehityksen tulee kuitenkin käsitellä asioiden puolia inhimillisestä kulttuurista käsin, jos halutaan tehdä siitä merkityksellistä ja jatkuvaa (Walker 2006, 27). Ekonomiselta puolelta katsottuna kestävä kehitys on ongelmallista, käsiteltävät asiat ovat kompleksisia ja se on vaikea sovittaa tavanomaisiin liiketalouden normeihin (Walker 2006, 29 - 30). Walker tarjoaa vaihtoehdoksi erilaista lähestymistapaa. Sen sijaan, että olemassa oleviin tuotteisiin etsittäisiin parannuksia, kannattaa kestävä kehitys näkökulmat ottaa huomioon jo alkuvaiheessa tuotetta ja tuotantoa suunniteltaessa. (Walker 2006, 39.)

Kohti palvelumuotoilua

Faktor - ajattelu on Wuppertal -instituutissa kehitelty ajattelu, joka perustuu

materiaalivirtojen vähentämiseen ja ekotehokkuuden lisäämiseen²³. Yhteiskunnassa on totuttu luonnonvarojen tuhlailevaan käyttöön ja se aiheuttaa ongelmia. Tähän ongelmaan Faktor - ajattelu pyrkii vaikuttamaan tavoitteenaan tuottaa käyttöönotetuista luonnonvaroista enemmän vähemmästä määrästä. Tämä siis tarkoittaa sitä, että tuotteista pyritään tekemään nykyistä huomattavasti kestävämpää ja pitkäikäisempiä. Samalla pyritään lisäämään palveluiden määrää, esimerkiksi kehittämällä huolto- ja korjaustoimintaa tai lainauspalveluita. Innovaatioiden kautta voidaan säästää materiaaleja tuote- ja palvelukonsepteissa. (Siira 2008, 27.) Siiran mukaan ekotehokkuuden lisääminen voi muuttaa kulutusrakennetta ja näin voidaan hyödyntää enemmän tuotteiden tarjoamia palveluja. Palvelupainotteisuutta edistetään suunnittelemalla käyttöoikeuden myöntäviä palveluita kuten edellä mainittu lainaus- sekä liisaus- ja vuokrauspalveluja. Nykyisin laskuja ja tiliotteita ei lähetetä paperiversiona tai ainakin niistä otetaan lisämaksua. Myös etätyön tekemisen yleistyy. Tuote voidaan korvata kokonaan palvelulla. (Siira 2008, 61.)

Internetin kautta tieto on nopeasti saatavilla ja se kulkee nopeasti kuluttajalta tuottajalle, varsinkin kun nykyisin tuotteet voivat olla pitkälle eriytyneitä ja yksilöllisiä²⁴. Immateriaalisaation, eli aineellisen korvaaminen aineettomalla, yleistymisen voi tarkoittaa tuotteiden käytössä fyysisten tuotteiden käytöstä palveluiden tai tietotekniikan hyödyntämiseen, jos niiden käyttö täyttää samat tarpeet. Tästä hyvänä esimerkkinä toimii kirjeen kirjoittamisen korvaava sähköposti. (Siira 2008, 19.)

Kun tuote hankitaan, on siihen saatettu liittää mukaan jokin palvelu. Esimerkiksi kännykän ostaja saa puhelinvastaajapalvelu käyttöönsä. Kehitys ja trendit ovat menossa kuitenkin siihen suuntaan, jossa kuluttajat ostavat palveluja, joiden mukana voi olla tuote. Palvelumuotoilu on tärkeä suuntaviiva muotoilussa. Palvelumuotoilu on

²³ http://www.iisd.org/business/tools/principles_factor.asp [haettu 14.11.2012]

²⁴ http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/fi/com/2001/com2001_0068fi01.pdf [haettu 22.1.2013]

ajassa ja paikassa tapahtuvien kokemusten muotoilua, jotka tavoittavat ihmiset erilaisten kosketuspisteiden kautta. Elämysten suunnitteluun perehtynyt Nathan Shedroff (2006) on määritellyt palvelumuotoilun näin: *"Palvelumuotoilu on toimintaa, jossa kehitetään palveluja tiettyjä tarpeita vastaaviksi. Kehitettävänä oleva palvelu voidaan tuottaa eri kanavien kautta (sisältäen tietoverkot, puhelimen, suorat ihmisten väliset kontaktit, jne.), se voi olla automatisoitu tai sitten ei, ja se voi sisältää tuotteita osana palvelukokemusta."* Palvelu yleensä sisältää palveluekologian, mikä mahdollistaa palvelun toimivuuden. (Siira 2008, 48.)

Tämän päivän digitaalinen teknologia korvaa kehon liikkeitä virtuaalisilla viestintäkeinoilla, tarjoamalla myös vaihtoehtoja matkailun vähentämiseen. Internetissä toimivat pankki ja kaupat muuttavat kuinka asiat voidaan hoitaa ja ne vähentävät ostosreissuja. Lisäksi pikavalmistustekniikat vähentävät jätettä ja tuovat vaihtoehdon pitkänmatkan laivarahdeille. Mutta on vielä paljon opittavaa siitä, kuinka voidaan korvata kasvokkain tapahtuvaa kommunikaatiota virtuaalisten vaihtoehtojen kautta. (Lupton, McCarthy, McQuid & 2010, 38 - 39.) Kaukaisempien alueiden lääkärisäkäyntiä ja potilaiden seurantaa voi auttaa verkossa tapahtuvat lääketieteen keinot ja palvelut. Ne auttavat parantamaan asiakkaan saamaa palvelua, alentavat kustannuksia ja tarjoavat keinoja ihmisten seurata omaa terveyttä. Vertainen – vertaiselleen - palvelut ovat seuraava iso juttu kehitysmaissa. (Lupton ym. 2010, 120.)

Luonto ja paikallisuus

Kestävästä kehityksestä puhuttaessa puhutaan myös paikallisuudesta. Mahdollistamalla paikallisten yhteisöjen käyttää omia resurssejaan, luodaan pitkäkestoista hyvinvointia ja voidaan edistää niin yksilöiden kuin yhteisöjen terveyttä. (Lupton ym. 2010, 10.) Luonnollisista resursseista ja paikallisesti saatavista materiaaleista suunnittelu muodostuu kannattavaksi, koska tuote on helpompi toteuttaa ja ylläpitää (Lupton, ym. 2010, 12.). Luontokokemukset, joko aidot tai

symboliset, herättävät positiivisia reaktioita ihmisissä (Wittmann 2010, 163). Kasvava todistusaineisto linkittää luonnon ja paremmat lääketieteelliset lopputulokset, sysäykseksi parantavien puutarhojen ja vihreiden kattojen esiintymiselle terveydenhuoltolaitoksissa. Vaikka parantavat puutarhat ovat konseptina tuhansia vuosia vanha, niiden käyttö nähtiin viime vuosisadalla turhiksi kuluiksi ja elementeiksi. Nyt palataan tässä mielessä juurille. (Wittmann 2010, 164.) Pitkään on tiedetty myös terveyden ja ruuan välillä oleva yhteys. Cohen sanoo, että koska tiedämme tämän tärkeän linkin, esimerkiksi sairaaloiden pitäisi käyttää aterioita mahdollisuutena opettaa ihmisille oleellisista yhteyksistä terveellisen ruuan ja terveellisen elämän välillä. Sen lisäksi sairaaloiden tukiessa luomua ja kestäväää maataloutta yhteisössään, on se lisäys josta koko yhteisö hyötyy. Käyttämällä heidän ostovoimaansa voidaan tukea kestäväää maataloutta. (Wittmann 2010, 166.)

4.4 Kestävän kehityksen Green Care - suunnitteluun vaikuttavat tekijät Lapissa

Green Care -selvityshankeen yhteydessä huomattiin, että Green Care - toiminta voi tarjota mahdollisuuksia uuden tyyppisten hyvinvointi- ja muiden palveluiden tuottamiselle. Sen kautta voi parantaa palvelujen tasa-arvoa ja antaa elinvoimaa pohjoisen maaseutualueille. Erityisesti huomattiin matkailun ja Green Care-toiminnan yhdistyvän Lapissa. (Vinblad 2012, 105.) Green Care-toiminnan keskiössä olevan luonnon hyvinvointivaikutusten tunnistaminen voidaan jakaa useisiin osa-alueisiin, kuten luonnon elvyttävyyteen, hoitavuuteen, virkistävyyteen osallisuuden ja yhteisöllisyyden kokemukseen sekä toiminnan että työn ja toimeentulon kautta (Vinblad 2012, 104).

Green Care - menetelmiä on lukuisia. Luontoympäristön monipuolinen kokeminen ja katselu, luontoelementtien käyttö, eläinten kanssa toiminen ja eläinavusteinen terapia, erilaiset puutarhoissa tapahtuvat toiminnot ja ulkoilu esimerkkeinä laajasta kirjosta. (Tulkki 2012, 17.) Hyvinvointiin ja terveyteen liittyvistä palveluista on ollut megatrendi ja tätä myötä tarve hyvinvointipalveluille on kasvanut. Palveluita tuotetaan niin yksilöllisiin kuin yhteisöllisiin tarpeisiin. (Jääskeläinen & Tulkki 2012, 32 - 33.) Luontolähtöisiä menetelmiä voidaan käyttää ja soveltaa esimerkiksi sairaaloihin,

hoivakoteihin ja vankiloihin (Tulkki 2012, 16). Menetelmien tarkoitus on parantaa palveluiden käyttäjien terveyttä ja hyvinvointia sosiaalisesti, fyysisesti, psyykkisesti ja koulutuksellisesti. (Tulkki 2012, 15).

Lapin tulevaisuuskuvissa ja brändityössä painotetaan alueen kiinnostavuutta, joka syntyy ainutlaatuisesta luonnosta, kulttuurista, historiasta, perinteistä ja tavoista. Suomalaisilla ja lappilaisilla on positiivinen luontosuhde. Yleisesti ymmärretään luonnon ja luonnonvarojen merkitys hyvinvoinnille. Tämä on hyvä perusta niin Green Care -toiminnalle kuin muillekin kestäviin ratkaisuihin pyrkiville tahoille. (Jankkila 2012, 88.) Todisteita luonnon esimerkiksi stressiä vähentävästä vaikutuksesta on useita. Lisäksi luonnosta saatavat kokemukset, kuntoilu ja luonnosta saatavat tuotteet parantavat ja vahvistavat elämänlaatua ja hyvinvointia. (Jankkila 2012, 88.) Lapissa luonnosta saatava hyvinvointi on näkyvää niin luontoon perustuvien elinkeinojen kuin luonnossa liikkumisen kautta. Puhdas ja turvallinen elinympäristö luovat hyvinvointia ja tätä kautta maahan ja luonnonvaroihin kohdistuvien erilaisten intressien yhteensovitus on haasteellista. (Jankkila 2012, 108.) Selvityshankkeen yhteydessä huomattiin, että olisi tarvetta niin uusille ekoinnovaatioille kuin politiikan ja päätöksenteon menetelmille. (Jankkila 2012, 108.)

4.5 Yhteenveto

Matkailu on Lapin suurimpia työllistäjiä. Lapissa ihmisten luontosuhde on hyvin vahva ja se antaa hyvinvointia ja elinkeinon monille suoraan tai välillisesti. Työ- ja elinkeinoministeriön selonteossa Lapista mainitaan erityisesti ekologisen matkailun kehittämisen sopivan Ylä-Lapin alueelle, koska alue ei voi vastaanottaa suuria matkailijamääriä infrastruktuurin eikä kulutukselle herkän luonnon puolesta. Työ- ja elinkeinoministeriö kannustaa pieniä toimijoita verkostoitumaan ja tuottamaan pienille ryhmille ekologista ja sosiaalista matkailua. Lisäksi selonteossa toivottiin sille omanlaisen myynti- ja laatujärjestelmän luomista. Tähän kaikkeen Green Care -

toiminta voisi vastata lähes kirjaimellisesti.

Tuotemuotoilu ja valmistus näkyvät ympäristössä suoraan seurauksina toimistamme. Kestävämpiä tuotemuotoiluprosesseja varten on kehitetty erilaisia menetelmiä, joilla joko kehittää koko prosessia kestävämpään suuntaan tai ainakin parantaa osa-alueita siitä. Ohjeistuksista voi ottaa mallia myös palvelumuotoilun puolelle ja Green Care-toiminnan ohjeistuksiin ja standardeihin. Matkailupalvelut sitoutuvat paikkoihin ja paikallisiin ihmisiin, joten kehitystyössä pitää huomioida alueiden ihmisten tarpeet sekä luonnonkäyttömuodot. Green Care -selvityshankkeessa huomattiin, että uusille ekoinnovaatioille olisi tilausta. Keinoja, joilla innovaatioita voisi synnyttää, tarvittaisi kipeästi. Sijoittamalla ihmisiä keskelle suunnitteluprosessia, saadaan tietoa ihmisten tarpeista monipuolisesti. On oleellista, että matkailukeskusten ja toimijoiden yhteistyötä ja verkostoitumista kehitetään. Tätä kautta saadaan keinoja ratkaista alueellisia ongelmia.

5. Palvelumuotoilun mahdollisuus case:ssa

Palvelumuotoilu on nouseva suuntaus muotoilun kentällä, sen kautta saatavat hyödyt ulottuvat moniin eri suuntiin ja päivittäisiin toimintoihin. Sen avulla voidaan kehittää palvelutuotetta niin pitkälle, että sen toteuttaja ja asiakas saavat maksimaalisen hyödyn. Rajoitteita siihen, mihin kaikkeen palvelumuotoilua voi hyödyntää, ei juuri ole. Palvelumuotoilu tapahtuu käytännön tasolla niin, että käytössä on ns. ”front stage” ja ”backstage”, mistä vain ensimmäisessä tapahtuvat prosessit näkyvät asiakkaalle. Asiakas kokee palvelun yhtenä kokonaisuutena, vaikka se rakentuukin usein monimutkaisista komponenteista, palvelutuokioista ja kontaktipisteistä, jotka voivat olla peräisin usealta eri palvelunjärjestäjältä. Tämä voi vaikuttaa palvelun hyvyyteen tai sen hajanaiseen olemukseen. Palvelutuokiot ja kontaktipisteet yhdessä luovat palvelupolon.

Pro gradu-tutkielmassani tutkin mahdollisuutta, kuinka palvelumuotoilun menetelmät sopivat luontolähtöisten matkailupalveluiden yhteissuunnitteluun ja sidosryhmätyöskentelyyn. Lisäksi tutkin sitä minkälainen muotoilijan rooli voi olla luontolähtöisten tuotteiden palvelumuotoiluprosessissa. Pro gradu-tutkielmassani käytin tapaustutkimuksen tyyliä ja tapaa, ja siihen myös teorian käsittely sekä käytännön tulosten arviointi nojaa. Työpajoissa keskiössä oli osallistuvien yrittäjien tarjoamien palveluiden kehittäminen yhteisesti osallistujien kesken. Lopputulokseksi syntyi uusien palveluideoiden lisäksi verkostoitumista. Palvelumuotoilijalta odotetaan tällaisissa prosesseissa empatiaa, havaintokykyä ja rohkeutta. Hänelle odotetaan myös olevan edellytykset toteuttaa nopeita malleja ja esimerkkejä. Palvelumuotoilu on verrattain halpa keino kehittää sekä päivittää asioita ja palveluita ajan tasalle.

Nykyisin ihmiset haluavat tavaroiden omistamista ja keräämistä enemmän elämää helpottavia ratkaisuja. Useimmiten nämä ratkaisut näkyvät palveluina, jotka ovat ylivoimaisia tavaroihin verrattuina, koska ne kuluttavat vähemmän energiaa kuin tavaroiden valmistaminen tai hävittäminen. (Tuulaniemi 2013, 9.)

5.1 Palvelumuotoilun mahdollisuudet ja haasteet matkailupalveluiden kehittämisessä

Matkailutuotteet ovat palvelutuotteita (Stickdorn & Zehrer 2009, 3). Palveluiden kehittäminen on yrityksen keskeistä toimintaa ja sen onnistumisen varmistamiseksi on yrityksen kyettävä hahmottamaan ympäristönsä kehityspiirteet, esimerkiksi kykyä nähdä kehitystrendejä. Tällaisia voivat olla esimerkiksi poliittiset, ekonomiset, sosiaaliset, tekniset ja ekologiset tekijät. Yleensä ne liittyvät suurempiin globaaleihin ilmiöihin. (Rissanen 2006, 40.) Yrityksen menestymiseen vaikuttaa asiakkaiden todellisten tarpeiden tunnistaminen. Jos nämä tarpeet tunnistetaan, on asiakas valmis maksamaan markkinahinnan palvelusta. Asiakas on tuomallaan kassavirrallaan yrityksen ainoa todellinen rahoittaja. (Rissanen 2006, 50.) Matkailussa palvelumuotoilu parantaa laatua ja lisää asiakastyytyväisyyttä. Tavoitteena on kestävän vuorovaikutuksen muodostaminen niin asiakkaiden ja palveluntarjoajan välille kuin eri palveluntarjoajien välille. Palvelumuotoilu auttaa tunnistamaan vuorovaikutusmahdollisuudet. (Tuulaniemi 2013, 115.)

Palvelun ominaispiirre on kontaktpiste, joita palvelussa on lukemattomia. Kontaktpisteillä pyritään vaikuttamaan asiakkaaseen aistiärsykkeiden avulla, mutta joskus ärsykeitä on liikaa tai ne välittävät väärää sanomaa. Palvelu voi olla myös monen eri tuottajan yhteinen ja vaikka vika olisi vain yhdessä kontaktpisteessä, näkyy koko palvelu asiakkaalle kokonaisuutena. (Tuulaniemi 2013, 39.) Lapissa matkailupalvelut ovat iso osa maakunnan tulonlähteistä. Matkailupalvelua tarjoavan palveluntuottajan tulisikin olla erityisen tietoinen asiakkaan tarpeista ja miten tämän tarpeisiin kyetään vastaamaan ja miten tehdä palvelu haluttavaksi. (Tuulaniemi 2013, 20.)

Tuotteen ehdoton laadukkuus on lähtökohta. Pohjoismaat yleensäkin tiedetään vauraiksi ja turvallisiksi kohteiksi, Suomi mukaan lukien. Matkailija odottaa tiettyjen laatustandardien kohtaavan ja toivovat tietenkin niiden jopa ylittyvän. Suuri osa matkailijoista toivoo pääsevänsä kokemaan ja näkemään mahdollisimman autenttista elämää matkakohteessaan ja näin on myös Lapin kohdalla. Luonnoltaan suuresti

esimerkiksi Keski-Suomesta poikkeavana ja elintapojen erilaisuutena voi Lappi olla eksoottisen kohde myös suomalaiselle matkaajalle ja vielä voimakkaammin ulkomaalaiselle matkailijalle. Matkailijat odottavat ja toivovat aitoa kohtaamista paikallisten asukkaiden kanssa. Monet matkailijat suosivatkin hostelleja ja bed & breakfast-tyylisiä majoitustiloja tämän seikan vuoksi. Tulevaisuudessa tuotteen menestys ennen kaikkea riippuu tuotteen luotettavasta markkinoinnista ja julkisesta arvioinnista. (Stickdorn & Zehrer 2009, 2-3.) Matkailutuotteet ovat yleensä erilaisten palvelupakettien yhdistelmiä ja matka kohdistuu tietylle alueelle tai kohteeseen. Jokainen asiakas, riippuen siitä kuinka kaukaa hän saapuu alueelle, kokee palvelun erilailla. Monipuolisena ja haastavana toimialana matkailuliiketoiminnassa menestymisen ratkaisee asiakastyytyväisyys, joka syntyy matkailijan etukäteisodotuksista ja siitä miten näihin odotuksiin on kyetty vastaamaan. Matkailukohteiden toiminta on tuotantolähtöistä, mutta matkailupalvelua on syytä tarkastella asiakkaan näkökulmasta. Asiakas ei hahmota matkan aikaisia palveluita yksittäisiksi vaan näkee ne kokonaisuutena, jolloin yleisarvosana koskee kaikkia osioita ja palvelukokemuksia. Matkailualueen imagoon ja brändiin vaikuttaa jokaisen alueella tuotetun palvelun laatu. (Tuulaniemi 2013, 111.) Olennainen matkailualueen menestymisen edellytys onkin alueen toimijoiden yhteistyö- ja verkostokyvykkyys. Verkostokyvykkyydellä tarkoitetaan verkostojen rakentamisen, kehittämisen, ylläpitämisen ja johtamisen kyvykkyyttä. Tasokas yhteistyö näkyy muutoinkin alueen kehittämisessä, yhtenäisen brändin rakentamisena, liiketoiminnan elinvoimaisuutena ja alueelle tehtävien investointien määrässä. Yhteistyö perustuu ihmisten väliseen luottamukseen, joka voidaan saavuttaa vain yhteisen tekemisen kautta. Menestyvillä alueilla yhteistyötä on harjoitettu pitkään ja toimijoilla on yhtenäinen näkemys matkailualueen brändistä. (Tuulaniemi 2013, 113.)

Matkailubrändin ytimessä ovat nähtävyydet, kohteen saavutettavuus ja mukavuuspalvelut eli esimerkiksi hotellit sekä välilliset palvelut, joita ei yhdistetä matkailuun (Tuulaniemi 2013, 113). Internetin myötä palvelutuotteiden laadun merkitys on entisestään kasvanut ja painopistettä mainostamisen merkityksestä on siirretty korkeaan palvelun laatuun, koska vertaisarviointien avulla ihmiset saavat nopeasti

tietoonsa parhaat paikat ja epäedulliset kokemukset kulkeutuvat pitkälle. (Tuulaniemi, 115.)

Lapissa matkailu ajoittuu pääasiassa talvisesonkiin ja kysyntä voi jakautua epäsäännöllisesti viikonloppuihin tai lomakausiin. Esimerkiksi laskettelurinteet saattavat olla arkena lähes tyhjiä. Epäsäännöllinen kysyntä tarkoittaa tilannetta, jossa kysyntä ja tarjonta vaihtelevat suhteessa aikaan, saavuttamatta tasapainotilaa. Ratkaisuna tällaiseen palvelujentarjoajan puolelta yritetään hahmottaa asiakkaan käyttäytymistä ja ohjaamaan kysyntää lähemmäksi tasapainotilaa. Hiihtokeskuksille tämä tarkoittaa esimerkiksi arkipäivinä koululaisryhmien yms. ryhmien tavoittamista tai hinnoitteleamalla tuote niin, että useampi sen löytää. (Rissanen 2006, 34.) Tuulaniemi kysyy teoksessaan siitä, miten paikalliset ihmiset voisivat nauttia turisteille suunnatuista palveluista ja lähimatkapalveluista, kun aikaa tai rahaa ei ole käytössä niin paljon kuin varsinaisina loma-aikoina (Tuulaniemi, 2013, 20). Rissanen esimerkki hinnoittelusta voisi olla yksi ratkaisu tähän. Paikallisten yritysten palvelukysynnälle pienetkin yleisöt ovat merkityksellisiä ja tukemalla yritysten onkin kuunneltava tarkasti lähiympäristöään ja reagoitava tarpeisiin nopeasti. (Rissanen 2006, 39.)

Yritysten on vaikeaa enää ohittaa luonnonympäristössä tapahtuvia muutoksia ja ympäristösaasteet, raaka-aineet ja ympäristön tila vaikuttavat suoraan tai välillisesti jokaisen yrityksen toimintaan. Rissanen mukaan luonnonympäristön muutoksilla on suuri vaikutus mielipideilmastoon niin paikallisella tasolla paikallisille asiakkaille kuin laajemmin maailmalla. (Rissanen 2006, 40.) Muutokset voivat rajata ja sulkea joitain markkinointimahdollisuuksia ja palveluita, mutta toisaalta se avaa runsaasti myös uusia (Rissanen 2006, 41). Tämä on erityisen totta matkailussa. Saasteet tekevät elämisen tukalaksi monissa maissa, ja Lapin puhdas luonto voi olla tulevaisuudessa entistä suurempi matkailuvaltti.

5.2 Vihreä palvelumuotoilu

Palveluja muotoillessa on tavoitteena tuottaa monipuolisiin tarpeisiin ja haluihin vastaavia palveluja hyödyntämällä kerättyä tietoa ja erilaisia havainnollistamisen keinoja. Lopputuloksen pitäisi vastata loppukäyttäjän tarpeisiin ja olla tuottajalleen kannattavia.²⁵ Kestävämpään tapaan elää ja tuottaa on runsaasti tahtoa niin asiakkaille kuin tuottajilla. Suunnittelemalla tuotteita tästä näkökulmasta, voidaan havainnoida, että tällä saralla on kuitenkin vielä paljon tehtävää. Tyypillisesti tuotteiden muuttaminen ”vihreämmäksi” aloitetaan muuttamalla valmistus- ja kulutussysteemiä ekologisemmaksi esimerkiksi lisäämällä ekotehokkuutta. Tästä voidaan edetä pidemmälle muuttamalla sosiaalisten palveluiden tuottamiseen ja päätyen aina alueellisen ekokehittämisen pariin korostamalla paikallisten fyysisten ja sosiaalisten resurssien käyttöä. (Manzini 2009, 46.)

Jatkuva kulutuksen kasvu on ympäristöllisesti ja taloudellisesti kestäväntöntä. Manzini ehdottaa vaihtoehdoksi toimintojen uudelleensuuntaamista esimerkiksi; jaettujen voimageneraattorien systeemien kehittämistä uusiutuvan energian käyttöön; ruokaverkostojen kehittämistä, missä on suora linkki tuottajan ja kuluttajan välillä; sekä yhteisiä palveluita terveydenhuoltoon, jolloin voidaan kiinnostuneet käyttäjät suoraan ratkaisuun. Selvää on, että perinteiset tavat valmistaa ja kuluttaa tulevat muuttumaan ja tämä tulee huomioida muotoilussakin tulevaisuuteen tähtäävänä toimintana. (Manzini, 46 - 47.) Viime vuosisadalla ajateltiin vielä suuresti tuotokeskeisesti. Teolliset tuotteet olivat keskiössä, kun taas palvelut, milloin niitä harkittiinkaan, nähtiin tuotteiden jatkeina tai vaihtoehtoisina piirteinä. Viime vuosikymmeninä fokus on siirtynyt palveluja kohti, kun taas tuotteet nähdään enemmän palvelutodisteina. Palvelumuotoilun evoluutiossa korostuu jakelusysteemi, yhteistyöverkosto ja luova yhteisö. (Manzini 2009, 47.)

²⁵<http://www.mustekala.info/node/2767> 17.10.2012.

Kasvava joukko luovia ihmisiä keksivät uusia ja kestäviä tapoja elää ja tuottaa vastaiskuna nyky-yhteiskunnan monimutkaisuudelle ja ristiriitaisuudelle. Ihmiset esimerkiksi uudelleenjärjestelivät tavat, joilla he asuvat kodeissaan ja liikkuvat paikasta toiseen. Autojen omistajuus jaetaan, yhteisöissä järjestetään pienoispäiväkoteja ja ruokaverkostoissa edistetään luomutuottajien toimintaa. (Manzini 2009, 49 - 50.) Tarkastelemalla näitä yhteisöjä voidaan tunnistaa useita kiinnostavia ilmiöitä. Kiinnostavinta on se, että kyseessä ovat selkeästi uudenlaiset yhteistyöpalvelut. Nämä palvelut vaativat suoraa ja aktiivista osallistumista kaikilta kiinnostuneilta tekijöiltä, loppukäyttäjät mukaan lukien. (Manzini 2009, 50.)

Yhteistyöpalvelut vaativat luottamusta. Luomalla uusia palveluideoita tai sopeutumalla olemassa oleviin sitoudutaan antamaan henkilökohtaista aikaa palvelulle. Se voi kuitenkin rajoittaa idean pitkäikäisyyttä ja monistettavuutta, jotta mahdollisimman moni voisi sen omia. (Manzini 2009, 53.) Ratkaisujen tulee olla tarpeeksi älykkäitä, että ne stimuloivat käyttäjää. Mitä kokeneempi ja motivoituneempi käyttäjä, sitä yksinkertaisemmat toimintoa tukevat työkalut voivat olla. Kun taas vähemmän motivoitunutta käyttäjää kohden systeemin pitää olla ystävällisempi ja viehättävämpi. (Manzini 2009, 54.)

Muotoiluajattelu on jatkuvaa pohdintaa siitä miten yhteiset tarpeet kohdataan venyttämättä yli luonnon- ja ihmisresurssien (Miettinen 2009, 61). Palveluiden kautta voidaan muuttaa ihmisten haitallista käyttäytymistä ja tällöin voidaan tavoittaa mielekkyyttä, yhteisöllisyyden kasvua ja hyvän elämän kokemuksia. Kuluttajalla on koko ajan enemmän mahdollisuuksia vaikuttaa käyttämien tuotteiden sisältöön, mutta kilpailu ihmisen huomiosta on myös koventunut. Lahtisen kirjoittamassa artikkelissa toivotaan, että kuluttajan käyttäytymiseen voitaisi vaikuttaa, koska muutoin yhteiskunnalliset ja globaalit haasteet voivat käydä ylitsepääsemättömiksi. Lahtinen kysyykin, tulisiko niin suunnittelijan kuin tuottajan suhtautua käyttäjään enemmän kasvattavasti ja ehdottomaan kuluttajalle uusia kestävämpiä vaihtoehtoja totuttujen sijaan, sekä asettamaan rajoja sille, mitä kuluttaja voi tahtoa. Lahtinen näkee kehitystä

vihreään designiin suuntaan, vastuulliseen liiketoiminnan harjoittamiseen ja kestävän kehityksen suunnitteluun muotoilijoiden ja suunnittelutöiden tilaajien suunnalta. Hänen mielestä kestävän kehityksen tulisi olla erottamaton osa muotoilua ja sen periaatteiden pitäisi määritellä suunnittelun ehdot, tavoitteet ja päämäärä. Muotoilijan mahdollisuus muuttaa kuluttajien käyttäytymistä onkin juuri tuotteiden, palveluiden, ympäristöjen ja toimintatapojen kautta. Varsinkin kun ottaa huomioon, että muotoilu tähtää useimmiten juuri tulevaisuuden muuttamiseen.²⁶

5.3 Fasilitointi ja muotoilijan rooli

Roolini prosessissa oli fasilitaattorimainen, eli olen se henkilö, joka keskittyi puhtaasti työpajassa tapahtuvaan prosessiin eikä ottanut lainkaan kantaa siellä syntyvään sisältöön. Työpajoissa en tuottanut ideoita, en kritisoinut tai päättänyt mitkä ideat olivat parhaita. En ryhmitellyt tai arvioinut, onko ideoita tarpeeksi. Olin mukana vain varmistaakseni, että ideointi- ja testaamisvaihe menivät eteenpäin, ja että käytettävissä oleva aika käytettiin hyödyllisesti. Palvelumuotoiluprosessista puhuttaessa ihannetilanteessa kaikki osapuolet ovat mukana koko palvelumuotoiluprosessin ajan, ja joko organisaation sisäinen tai ulkopuolinen palvelumuotoiluosaaja, fasilitoi eli mahdollistaa, suunnittelee ja tukee usean eri osaamisalojen asiantuntijoiden toteuttamaa palvelumuotoiluprosessia. (Tuulaniemi 2013, 57.) Green Care - kehitysryhmien toiminnassa tuo osa oli siis minun.

Piritta Kantojärven 2012 julkaistussa Fasilitointi luo uutta - teoksessa määritellään hyvän fasilitaattorin rooli seuraavasti. Fasilitaattorin toiminnan tulee olla läpinäkyvää, hän kertoo jo suunnittelupalavereissa mitä hän aikoo tehdä ja mitä hän havaitsee. Hän on puolueeton, hyväksyy ryhmän tekemät päätökset, ei arvostele eikä manipuloi. Sisällön suhteen hyvä fasilitaattori on neutraali, hän keskittyy prosessiin ja antaa

²⁶ <http://www.mustekala.info/node/2767> [haettu 17.10.2012]

vastuun sisällöstä osallistujille. Hän ei kerro omia ideoitaan, mutta hän on aktiivinen kuuntelija ja käyttää avoimia kysymyksiä. Näin hän voi auttaa päätöksenteossa, selkeyttää prosessia, tehdä yhteenvetoja ja kiteyttää olennaisilta osilta prosessia. Hyvä fasilitaattori ymmärtää, että prosessit harvoin toteutuvat suunnitellulla tavalla ja täten hän osaa joustaa ja muuttaa prosessia. Prosessin tai työskentelytavan muuttuessa hän kommunikoi ryhmälle miten tehdyt muutokset tulevat vaikuttamaan lopputulokseen. Fasilitaattori käyttää tehokkaita ryhmätyöskentelymenetelmiä, että kaikki osallistujat aktivoituvat ja keskittyvät samoihin asioihin samaan aikaan. Hän myös pitää ryhmän energiatason sopivana. Hän käyttää ryhmämuistia ja huolehtii dokumentoinnista, joten ryhmäläisten ei tarvitse huolehtia tästä. Hän antaa selkeitä ohjeistuksia, kommunikoi välitavoitteita ja perustelee tarvittaessa, miksi mitään asiaa käsitellään tietyllä tavalla. Kaiken kaikkiaan hyvä fasilitaattori suunnittelee prosessin, jolla päästään tavoitteisiin käytävissä olevan ajan puitteissa. (Kantojärvi 2012, 11.)

Kuten Miettinen toteaa toimittamassaan *Service Design with Innovative Methods*-teoksessa (2009) hyvällä palvelumuotoilijalla on tärkeää olla Design thinking -ajatusmaailma, jota jo aiemmassa kappaleessa kävin hieman läpi. Tim Brown [2008] on linjannut muotoiluajattelijan persoonaa hieman lisää. Brownin mukaan muotoilijan tulee tuntea empatiaa muita ihmisiä kohtaan, hän huomaa mitä muut eivät ja hänellä on keinot muuttaa nämä huomaamansa asiat innovaatioiden inspiroimiseen. Muotoiluajattelijat luovat ennennäkemättömiä ratkaisuja, joilla voi dramaattisestikin muuttaa olemassa olevia käytäntöjä. Heillä on optimistinen asenne haastaa, paljastaa kysymyksiä ja tutkia vaihtoehtoja. (Miettinen 2009, 61.) Koulutettuna muotoilijana olen tottunut näkemään vaihtoehtoja ja kehittämään ratkaisuja lähes jokaiseen tilanteeseen ja tuotteeseen. Fasilitaattorina tuo kokemus pitää valjastaa näkemään prosessin vaiheet ja auttaa osallistujia välikysymysten kautta, mutta niin, että en tyrkytä omia ideoitani. Kahden toisistaan jokseenkin eroavan ajatusmaailman yhdistäminen onkin haasteellista.

Yleensä muotoilijan rooli prosessissa on juuri kehittää ideoita ja luoda ne keinot, joilla

tehdään idea ymmärrettäväksi sidosryhmille. Hyvät muotoilijat ovat hyviä tarinankertojia, ja hyvä tarina tekee ideat lähestyttäväksi asiakassidosryhmille, jotta nämä ryhmät voivat tehdä yhteistyötä tehokkaasti. Jokainen taho organisaatiossa tapaa puhua sen omaa kieltään. Muotoilijan työ on kääntää nuo moninaiset kielet kuluttajien yleiseksi kieleksi. (Samaliosis 2009, 130.) Nykyinen suuntaus on kuitenkin tuomassa yhä enemmän käyttäjät ja palveluiden tarjoajat kehitystyön keskiöön. Blackman (2008) keskustelee muotoilijuuden muuttumisesta tuotteen suunnittelusta käyttöliittymien ja prosessien suunnitteluun. Molemmat, design thinking ja operationaalinen ajattelu tarjoavat niin käyttäjille kuin muotoilijoille kielen, joka kuvaa mitä on meneillään näissä käyttöliittymissä ja prosesseissa. Muotoilijat ovat koulutettuja näkemään systeemejä yksilöiden perspektiivistä. (Miettinen 2009, 61.) Tämä auttaa myös muotoilijan ottaessa fasilitaattorin roolin prosessissa; muotoilija ymmärtää lähtökohdat, luovan työn ajoittaisen raskauden ja osaa visualisoida mahdollisuuksia.

Fasilitaattorin, ja yhtälailla muotoilijan, tehtävä on varmistaa, että osallistujat ovat inspiroituneita prosessiin. Palvelumuotoilunäkökulman kautta toiminen, holistinen suhtautuminen käsillä oleviin ongelmiin, monialaisuus, yhdessä tehty työ ja radikaali lähestymistapa luovat erityisen tunteen kehitysryhmän kesken ja vapauttavat energiaa ja motivoivat muutoksiin. (Mager 2009, 39.)

Muotoilijan rooli

Muotoilijat ympäri maailmaa luovat tuotteita, prototyypppejä, ehdotuksia, rakennuksia ja viestejä, joilla vastata sosiaalisiin ja ekologisiin ongelmiin. Muotoilijat etsivät keinoja, joilla parantaa ihmisten terveyttä, vaurautta ja hyvinvointia samalla vähentäen ihmisten välisiä konflikteja ja kuormittamatta ekosysteemiä, jossa elämme. (Lupton ym. 2010, 9.) Mahdollistamalla paikallisten yhteisöjen käyttää omia resurssejaan luodakseen heidän omaa hyvinvointia osallistutaan globaaliin talouteen. Uusia suuntia etsivällä, kekseliäällä suunnittelulla voidaan edistää yksilöiden ja yhteisöjen terveyttä. (Lupton ym. 2010, 10.) Muotoilijan keinot näissä isoissa teemoissa on kompleksisen tiedon visualisointi ja prosessien yksinkertaistaminen.

Muotoilija voi myös vaikuttaa eettisiin arvoihin, käsitykseen kauneudesta ja materiaalin vähentämiseen. (Lupton ym. 2010, 11.) Viime vuosikymmenellä osoitettiin suuria ponnisteluja, että pystyttiin näyttämään kuinka suuri tarve on kestävämmille materiaaleilla. Kestävempien materiaalien käyttö vähentää energiahukkaa ja fossiilisten polttoaineiden käyttöä tuotteiden valmistuksessa ”Vähennä, käytä uudelleen ja kierrätä” ovat tämän vuosisadan säännöt, lopullisena tarkoituksena tuottaa tuotteita, jotka eivät saastuta niitä valmistettaessa, tai niiden hävitys ei tuhoa korvaamattomia luonnonresursseja. (Lupton ym. 2010, 70.)

5.4 Draaman keinot ideoiden testaamisessa

Pääosa taloudesta liikkuu kehittyneissä maissa pois perinteisistä toimintamalleista kuten tuotteiden valmistuksesta ja raaka-aineiden tuottamisesta palveluita päin. Palvelut ovat hyvin riippuvaisia ihmisten osaamisesta ja suorituskyvystä, ja nämä piirteet tekevät palveluista vaikean sovellettavan, fyysisten tuotteiden menetelmien suunnittelutavoille. Siksi uusia lähestymistapoja tulee kehittää. (Makino 2009, 1.)

Palveluiden räätälöinti asiakaskohtaisesti koetaan tärkeäksi ja tässä on draamalliset menetelmät ovat hyvin käytännöllisiä. Niiden kautta palveluiden toimittajat voivat hallita ja ohjailla vuorovaikutustilanteita ja palvelutuokioita. Erityisesti draaman tai teatterin keinot ovat tärkeitä palvelun roolin luomisessa ja ylläpitämisessä, koska se, miten palvelu suoritetaan, on (esim. asiakaspalvelijan kohteliaisuus) aivan yhtä tärkeää kuin se, mitä suoritetaan. McCarthy kertoo Bettencourtin ja Gwinnerin (1996) ja Gwinnerin (2005) esittämiä ideoita siitä, että draaman avulla voidaan tutkia miten palvelun toimittajat voivat hallita ja hyödyntää työntekijän sopeutumiskykyä niin käyttäytymisen kuin palvelun olennaisuuksien tarjonnassa. (McCarthy 2011, 7.) Erilaisia draaman keinoja on lukuisia, toteuttamassani ideoiden testaustyöpajassa Enontekiöllä 8.11.2012 käytössä oli improvisaatiomainen vuorovaikutustilanne kahden henkilön välillä annetuista lähtöasetelmista (LIITE 2). Nämä asetelmat olivat nousseet ideoinnista, eri yrittäjien palvelupolkujen arvioinnista ja yleisestä keskustelusta, jota työpajoissa käytiin.

Aineettomuus on osoitettu hahmotelmassa tekniikkamuodoissa kuten "experience prototyping"-menetelmässä, erityyillisissä roolileikeissä, "bodystorming"- metodeissa ja designpeleissä. Nämä tekniikat eivät ole rajoitettuja vain fyysisiin objekteihin tai käyttöliittymiin, mutta myös koskemaan ihmisten kokemuksia ja liittämään sosiaalisia suhteita ja useita sidosryhmiä. Jotta näitä haasteita voidaan käsitellä, muotoilijan täytyy työstää holistista lähestymistapaa palveluiden protoilussa, jotka liittävät useita sidosryhmiä ja jotka yrittävät vangita koko palvelukokemuksia, jotka ajallisesti ovat hyvinkin laajoja ja levittyvät hyvin erilaisille ihmisille. Tieto siitä, kuinka lähestyä osallistavaa protoilua, on myös muodostettu viime aikoina. Jotta voidaan käsitellä protoilun haasteet, holistinen lähestymistapa on tärkeä. (Blomqvist, Johan & Holmlid, Stefan 2011, 7.)

Experience prototyping - tekniikka mahdollistaa asiakkaiden, käyttäjien ja muotoilijoiden oppia kuvitellusta tulevaisuuden tilanteesta. Experience prototyping sallii myös ymmärtää, ei ainoastaan yhtä tai kahta artefaktia, mutta kokonaisvaltaista kokemusta. Toiset samankaltaiset lähestymistavat ovat testattu ja kehitetty vuosien kuluessa. Danholtille (2005) tulevaisuuden teknologian käyttäjien työskentelylle protojen parissa on kaksinkertainen syy. Ensimmäinen syy on antaa käyttäjien keksiä käyttötarkoituksia protojen kuvitellussa tulevaisuuden toiminnassa. Toinen syy on muotoilijoiden ja kehittäjien ymmärtää ja kehittää käyttäjien vaatimuksia ja kokemuksia. (Miettinen 2009, 84.) Tekniikat kehittyvät jatkuvasti, esimerkiksi bodystorming. Näitä täydentävät usein muut tutkimusmenetelmät, kuten roolipelaaminen, muotoilupelit, teatteri, tarinankerronta, video, jne. Kuitenkin toiset tekniikat kuten skenaariot ja storyboardit ovat laajasti hyödynnettyjä ja kehitetty muotoilutarkoituksiin. (Miettinen 2009, 84 - 85.)

Draamaa ja dramaturgiaa pidetään keinoina inhimillisen ja sosiaalisen ymmärryksen luomiseen, samalla niiden kautta voidaan ideoida, ymmärtää ja analysoida ihmisten tarpeita ja yhteiskunnallisia ilmiöitä. Osallistavilla draamamenetelmillä on potentiaalia tuotteen konseptisuunnittelussa, koska se tuottaa tietoa puhtaasta rationaalisesta

ajattelusta vahvoin tunteisiin ja intuitiivisiin vastauksiin, sekä on selkeästi vuorovaikutteista ja aktivoi osallistujia luomaan ja tutkimaan aineistoa omasta elämästään. Tämä taas auttaa ymmärtämään käyttäjien kokemuksia ja luo innovatiivisia konsepteja. (Mehto, Kantola, Tiitta & Kankainen 2006, 4.) Mahdollisia draaman keinoja ovat tarinankerronta, mock-upit, bodystorming, improvisaatio, jne. Hyvin laadittujen tarinoiden kautta ymmärretään yksityiskohtaisemmin tuotteita tai palveluita käyttävien ihmisten motiiveja ja sitä, mitä lisäarvoa nämä tuotteet tai palvelut voivat tuoda käyttäjien elämään. (Gruen 2000b, 1.) Näihin tarinoihin pyritään rakentamaan inhimilliset, aidot hahmot, positiivisine että negatiivisine piirteineen, jolloin yleisön on helpompi samaistua heihin (Gruen 2000a, 2). Rakentamalla ajalliset ja ympäristölliset näyttämöt yleisö paikoittaa itsensä lavasteisiin, missä tarina tapahtuu. Tarinassa on oleellista huolella rakennettu juoni, jossa tyypillisesti kuvataan konflikti tai este, joka täytyy ylittää jotta haluttu tavoite saavutetaan. Syy-seuraus-suhteiden esitys on tärkeää ja tarinoissa tapahtuvat dramaattiset elementit lisäävät tarinan kiinnostavuutta. Nämä tekijät voivat auttaa yleisöä näkemään tuotteen tai palvelun tarjoaman suuren edun aiempiin vaihtoehtoisin verrattuna. (Gruen 2000a, 3.) Muotoilija saa näillä keinoin parempaa ymmärrystä siitä, mitkä käyttäjien laajemmat tavoitteet ovat. Ymmärtämällä ihmisten tuotetta tai palvelua koskevat rajoitukset, pystytään ne ottamaan huomioon lopullisia muotoilupäätöksiä tehdessä. (Gruen 2000a, 2.) Ympäristö auttaa ymmärtämään miten tuotetta käytetään ja miten se sopii ylipäänsä ympäristöön (Gruen 2000a, 3). Muotoilijoiden tulisi tuntea hyvin tulevat käyttäjät tai paikat, jolle tuote suunnitellaan, jotta tehdyillä suunnitelmilla olisi mahdollisimman suuri vaikutus (Gruen 2000a, 3).

Mock-upit ovat usein käytössä muotoiluprosessissa. Ne ovat nopeasti rakennettuja hahmomalleja tulevista fyysistä tuotteista, joiden avulla simuloidaan tuotteen toimintatapaa, tehtäviä ja käyttöliittymää. On the Move with Magic Thing: the Role Playing in Concept Design of Mobile Services and Devices-tutkimuksessa uskotaan, että hahmomallit yhdistettynä skenaarion näyttelemiseen auttaa luovasti ja realistisesti visioimaan teknologiaa. (Iacucci, Kuutti & Ranta 2000, 3.) Roolileikit ovat erityisen sopivia palveluiden kehittämisessä, jotka riippuvat ryhmävaikutuksesta ja

dynaamisista kohtauksista (Iacucci 2000, 8).

Improvisaatio palvelussa on sitä, kun palveluntoimittaja eli esimerkiksi asiakaspalvelija sopeutuu asiakastilanteeseen ja ikään kuin uudelleen kirjoittaa palvelun käsikirjoituksen. Esimerkiksi lääkäri muuttaa sävyä ja tyyliään erilaisia potilaita kohdatessa. Improvisaatio tilanteessa vaihtelee rajoitetusta erittäin puhtaaseen improvisaation. Puhtaalla improvisaatiolla tarkoitetaan sitä, kun palvelun sisältöä mukautetaan spontaanisti ja saumattomasti. (McCarthy 2011, 11.) Vuorovaikutus näkyy näitä metodeja käyttäessä siinä, että yleisö voi osallistua käynnissä olevaan esitykseen ja muuttaa asioita (Mehto, ym. 2006, 5).

Forum-teatterin malli voisi toimia myös kehitysryhmän alueella erilaisten eturyhmien klikkejä selvittäessä. Forum-teatteri on kehitetty erityisesti ongelmalliseen sosiaaliseen ja poliittiseen tilanteeseen. Sitä on esimerkiksi käytetty välineenä, jonka kautta analysoida ja tutkia ratkaisuja sorron ja vallan vaikutuksesta eri yhteisöissä Latinalaisessa Amerikassa. Lähtökohtana on lyhyt näytelmä, jossa on selkeä teema ja konflikteja, joihin katsojilla on mahdollisuus vaikuttaa ratkaisemalla päähenkilön kohtaamia ongelmia. Näitä ratkaisuja ei välttämättä ole helppo löytää. Teatterimetodein näytelmä toimii tosielämän kenraaliharjoituksena. (Mehto, ym. 2006, 8.) Dramaturgisen improvisaation keinoin käsitellään piilotettuja elementtejä, jotka eivät ole selvästi näkyvissä. Nämä piilotetut elementit syntyvät henkilökohtaisista ja kollektiivisista tunteista, joita keho tuo esille. Näytelmän kohtauksissa syntyy jännitteitä ja tunteita, joita tulkitaan ja tutkitaan, mielellään useamman tutkijan kanssa. Ennen hyppäämistä improvisaatioon on hyvä lämmitellä, ja osallistujilla on myös oltava vähän rohkeutta ja leikkisä asenne. (Mehto, ym. 2006, 9.) Bodystorming on menetelmä, jonka kautta alustavat huomiot ja dokumentoinnit suoritetaan. Tarkoitus on ratkaista suunnitteluongelmia menemällä oikeasti paikan päälle (tai lavastamalla paikka) näyttelemällä toimintaa, joka tapahtuu tuossa ongelmallisessa tilassa tai tilanteessa. Bodystorming-menetelmän uskotaan vähentävän tutkimuksen tarvetta ja osallistujien on helpompi tuntea olevansa tilanteessa mukana. (Mehto, ym. 2006, 10.)

Interaktiivisen teatterin menetelmät täydentävät perinteistä käyttäjien tutkimusmenetelmiä kannustamalla käyttäjät vuorovaikutukseen toistensa ja suunnittelijoiden kanssa. Näissä tilanteissa käyttäjät voivat ilmaista tunteita tai käsityksiä, joita ehkä sanallisesti olisi vaikea esittää. (Mehto, ym. 2006, 16.) Yleisestikin teatterimetodit tuottavat emotionaalista tietoa, koska tapa jolla tarina kerrotaan ihmisille, on tunteikkaampi ja tarina tulee henkilökohtaisemmalle tasolle niin näyttelijöille kuin katsojille (Kankainen, Kantola, Mehto & Tiitta 2005, 5). Suunnittelijoille ja tutkijoille draaman keinot tarjoavat paikan tutkia konkreettisia tilanteita ja arvioida prosesseissa syntyneitä ideoita ja ratkaisuja tutkimisen välineinä. Paikkana teatteri on täydellinen tulevaisuuden skenaarioiden testaamiseen, koska luonteeltaan se on paikka missä voi tapahtua mitä vain. (Mehto, ym. 2006, 18.)

Tarinallistamisen kautta esimerkiksi matkailuyrityksen palveluita on helpompi tuotteistaa ja tehdään palvelukokemuksista elämyksiä, sanoo Kalliomäki (2012). Tarinan avulla yritys erottuu ja vahvistamalla kerrottua tarinaa kaikissa palvelun kontaktipisteissä esim. aistihavaintoina, ruokana mitä tarjotaan, työntekijöiden vaatteissa ja yleisessä tunnelmassa, tarina tulee todeksi ja muodostaa asiakkaalle toivotun elämyksen. Tarina rakennetaan dramaturgian rakennetta hyödyntämällä ja palvelupolku voidaan käsikirjoittaa juonen muotoon. (Kalliomäki 2012.)

5.5 Yhteenveto

Matkailupalveluiden muotoilu parantaa niin laatua kuin lisää asiakastyytyväisyyttä kuten mainittua. Tyytyväinen asiakas on uskollinen. Tavoitteena onkin kestävän vuorovaikutuksen syntyminen asiakkaan ja palveluntarjoajan välillä. Palvelumuotoilunäkökulma auttaa holistisella otteellaan näkemään nämä vuorovaikutusmahdollisuudet ja myös mahdolliset ongelmat nykyisessä tilanteessa. Muotoilijalla tällaisessa tilanteessa on mahdollisuus ottaa fasilitaattorimainen ja varmistaa, että osallistujat ovat innostuneita kehittämään palvelutuotteita. Draaman

keinot ovat oleellisia palveluiden ideoinnissa ja kehittämisessä, koska nykyään ei riitä se, mitä suoritetaan vaan myös miten se suoritetaan. Experience prototyping-metodi pistää osallistujan tulevaisuudessa tapahtuvaan tilanteeseen ja antaa mahdollisuuden oppia siitä. Tällaiset osallistavat metodit tuottavat sekä rationaalista tietoa että vetoavat tunteisiin ja ovat selkeästi vuorovaikutteisia. Improvisaation kautta osallistuja sopeutuu asiakastilanteeseen paremmin ja voi kehittää tilanteen etenemään toivotusti.

Improvisaatiolla oli suuri merkitys työpajatoiminnassa palvelutilanteiden testaamisessa. Valitsemalla juuri oikea metodi oikeaan tilanteeseen, voidaan päästä syvemmälle ja nopeammin käsiksi itse ongelmaan. Menetelmiä on runsaasti tarjolla jo nyt ja tulevaisuudessa uskon, että niitä tullaan näkemään vielä lisää. Forum-teatteri voisi esimerkiksi antaa eväitä Pohjois-Suomen eri kansallisuuksien väliseen keskusteluun. Improvisaation tilalle oli vaihtoehtona myös ”nukketeatteri” mock - up-mallien kautta, mutta koska palveluiden testaaminen todellakin riippuu paljon osallistujista, koettiin nyt paremmaksi hyödyntämään henkilöiden vahvuuksia ja mennä improvisaation keinoin eteenpäin. Teatterimenetelmillä pääsivät kaikki, niin tilanteen näyttelijät, kuin sen seuraajat osalliseksi tapahtumasta.

6. Työpajat

6.1 Yleistä

Alkutilanteessa minun oli tarkoitus olla mukana palvelumuotoiluexperttinä kehittämässä luontolähtöisiä palvelutuotteita ja esitellä erilaisia metodeja, joilla niitä voidaan suunnitella ja kehittää. Rovaniemen ammattikorkeakoulun puolelta Green Care-hankkeen vetäjistä toinen oli aiemmin osallistunut Lapin yliopiston Service Innovation Corner-hankkeen esittelyyn ja oli tietoinen palvelumuotoilun mahdollisuuksista. Hän oli varsinkin kiinnostunut teknologia-avusteisesta palvelumuotoilusta ja oli innostunut tuomaan sitä Green Care-hankkeeseen. Omat lähtökohtani aiheeseen olivat kiinnostus kestävämpään elämiseen ja tuotteisiin sekä palveluihin. Ensimmäisessä tapaamisessa Green Care-hankkeen vetäjien kanssa sovimme työnkuvastani hankkeessa. Sovimme myös, että seuraan Utsjoki-Enontekiön kehitysryhmää. Green Care on hyvinvointia luonnosta hakevaa toimintaa, joka on tarkoitus sertifioida tuotemerkiksi. Tarkoitus on vakiinnuttaa sen asema ja hakea positiivista sävyä, jolloin palveluntarjoaja tiedetään luotettavaksi ja laadukkaaksi, kun se on osana tätä toimintaa. Omat intressini olivat alun perin kestävän kehityksen mukaisissa ja vihreissä palveluissa. Palveluiden luonne yleensä on jo melko kestävä valituista tavoista toimia ja käytetyistä fyysisistä tuotteista riippuen. Päästessäni syvemmälle hankkeeseen aloin painottamaan tutkimuksessani enemmän hyvinvointia ja matkailupalveluiden kehittämistä.

Seuraava tapaaminen järjestettiin maaliskuussa 2012 Skype - infotilaisuuden muodossa kehitysryhmäläisten kesken. Tässä vaiheessa tilaisuudet olivat avoimia ja osallistujia oli yllättävän paljon kuuntelemassa esitystä Green Care-toiminnasta. Lapissa maantieteelliset etäisyydet ovat todella pitkät ja infotilaisuuksien kaltaisia, osallistujamääriltään epävarmoja tilaisuuksia, ei kannata lähteä välttämättä pitämään useaan kaukaiseen kuntaan, kun nykyisin teknologia tarjoaa mahdollisuudet saada enemmän ihmisiä yhteen pienemmällä vaivalla. Toki samanlaisia suhteita ei pääse syntymään kuin kasvokkain tapaamisessa, mutta näin asian esittelyyn se oli sovelias

keino.

Ensimmäinen oikea kehitysryhmän välinen tapaaminen oli Enontekiöllä 15.5.2012, jolloin aukaistiin tarkemmin hankkeen sisältöä, Green Care-toimintaa ja millaisia toiveita osallistujilla henkilökohtaisesti oli toimintaa kohtaan. Lähes kaikille yhteistä oli se, että he halusivat kehittää yhteistyötä alueella toimijoiden kesken. Kilpailu on Lapissa kovaa ja useimmiten kilpaillaan samoista turisteista. Ohikulkijoitakin on paljon. Miten saada nämä ohikulkijat pysähtymään, ja nauttimaan tarjolla olevista palveluista? Miten saada myös paikalliset hyödyntämään laadukkaita palveluita paremmin? Mitä välineitä käyttää huomion saamiseen? Tapaamisessa koettiin tärkeäksi kriteeristön laatiminen ja säännöstön kehittäminen, jonka perusteella jokainen voisi arvioida ja kehittää omaa toimintaa enemmän Green Care – toiminnan suuntaan. Epäselvyyttä herätti esimerkiksi se, voiko moottorikelkalla luontoon makkaraa paistamaan meneminen olla Green Care-palvelu. Enontekiön lopputuloksena laadittiin kehitysryhmän toiminnalle tavoitteet, joista ensimmäisenä oli tiedottaminen, niin tiedotusmateriaalin rakentaminen kuin suunnitelma tiedottamisesta. Toisena kohtana oli toiminnan kriteeristön pohtiminen, erityisesti alueellisesta näkökulmasta ja kolmantena kohtana oli tuotteistaminen ja palvelumuotoilun osa siinä. Neljäntenä kohtana oli alueellisen kumppanuus- ja yhteistyöverkoston luominen, tavoitteena oli luoda osaajapankki ja palvelukartta.

Alkukesästä, 12.6.2013, järjestettiin toinen Skype-tapaaminen. Enontekiöllä toukokuussa käsitellyt asiat olivat ihmisillä tällöin tuoreessa muistissa ja kesän turistisesonki ei ollut vielä toden teolla alkanut. Enontekiöllä laaditun tavoite-listan tavoitteita läpi käydessä nousi uusia ajatuksia ilmoille siitä, miten kehittää kriteeristöä, tiedotusta ja palvelutuotteita. Skype-tapaamisessa käytiin lisäksi läpi tiedottamissuunnitelmaa, sen suuntaamista ja kolmannen sektorin osallistamista toimintaan enemmän. Green Care-henkinen viikko- tai kuukausihaastetta ideoitiin tapaamisessa ja sitä alettiinkin syksymmällä Enontekiöllä toteuttaa. Kehitysryhmätoimintaan kuului se, että kehitysryhmät tulevat tapaamaan muutenkin, ilman hanketyöntekijöiden läsnäoloa, aluevastaavaan alaisena. He pohtivat

keskenään edellä mainittuja teemoja myös noilla tapaamiskerroilla. Haasteena kehitysryhmätoiminnassa oli saada ihmiset pitkien välimatkojen päähän tapaamaan toisiaan. Kesällä ja syksyllä ryhmä toimi itsenäisesti, kokoontuen silloin tällöin "aamukahveille". Yrittäjille "aamukahvit", ennen työpäivän varsinaista aloittamista, olivat lähes ainoa mahdollisuus tavata.

21.8.2012 pidettiin Lapin kaikkien toiminnassa olevien Green Care - kehitysryhmien aluevastaavien tapaaminen, johon pääsin osallistumaan ja kuulemaan toisten ryhmien kokemuksia, haasteita ja mielteitä. Lapissa toimivien kehitysryhmien aluevastaavat edustivat monenlaista osaamispohjaa ja heillä oli tarvittavaa rohkeutta olla uranuurtajia tällä alalla Lapissa. Tuolla hetkellä suurimpia haasteita olivat Green Care - ajatuksen levittäminen ja arkikielelle kääntäminen. Toiveena oli kulttuurimatkailupalveluiden kehittäminen ja käsillä tekemisen hyvinvointivaikutusten korostaminen ja arvostaminen. Erilaiset ekologiset terapia- ja hyvinvointimatkailuvaihtoehdot vaativat tuolla hetkellä lisäselvitystä. Toiminnan aloittaminen ja eteneminen kehitysryhmissä oli ollut melko samansuuntaista paikasta riippumatta. Suurena huolena kehitysryhmillä oli ollut se, miten saada ihmisiä ylipäättään paikalle ja osallistumaan toimintaan. Yksi esitetty keino tähän oli luoda työkehitystyöpajoista niin vetovoimaiset, että yrittäjät tulisivat mielellään ja huomaisivat niistä olevan käytännön hyötyä myös omalle yritykselle. Tässä esimerkiksi verkostoituminen olisi suurena apuna. Verkostoituminen voisi tapahtua esim. avoimet ovet – tyylisesti yrityksissä, joita on pidetty kiinnostavina. Ihmisiä kiinnostaa päästä näkemään, miten asioita tehdään eri paikoissa ja voisiko omaan toimintaan ottaa näistä kokemuksista mallia. Myös minimessujen järjestäminen verkostolle ja suurelle yleisölle voisi olla mielenkiintoinen tapa saada ihmisten huomiota toimintaan.

Green Care - toiminnan näkyvyyden ja eteenpäin viemisen takia tapaamisessa koettiin tärkeäksi suorittaa käytännöntekoja, esimerkiksi juurikin aiemmin mainitun paikallislehdessä toimivan haastekampanjan kautta. Ihmisten osallistaminen koettiin vaikeaksi; Miten saada heidät hyödyntämään toimintaa ja miten pitää aktiivisena

mukana kehitysryhmätoiminnan loppuun saakka. Keskusteluissa nousi ilmi, että tuotekehitystoiminnan tulisi olla koko aluetta hyödyttävää, ei vain paikallista. Tätä kautta myös Green Care olisi helpommin markkinoitavissa. Tuotteista pitäisi muodostua monipuolinen kokonaisuus ja tuotteissa olisi ”kuntaimagoon” sopiva yhtenäinen linja. Yritysyhteistyön merkitys korostuisi näin. Yrittäjien huolena toiminnan alkuvaiheessa oli se, kuinka soveltaa sääntöjä omaan toimintaan, kuinka vaikeaa se käytännön tasolla on toteuttaa ja kuinka paljon rahallista panostusta se vaatii. Ja tietysti, kuinka tuloksellista tämä toiminta sitten loppujen lopuksi on.

Tältä pohjalta lähdin ideoimaan tuotekehitystoimintaa ja työpajoja. Apuna tässä minulla oli teoriapohjana esimerkiksi Piritta Kantojärven kirja fasilitoinnista sekä käytännön neuvojen antaja Essi Kuure, Lapin yliopistolla SINCO-hankkeessa toimiva tutkija.

6.2 Kehitysryhmän työpajat

6.2.1 Tapaaminen I

Päivän runko Utsjoen työpajassa 8.10.2012 noudatti Kantojärven (2012) antamaa mallia työpajatoiminnasta, mutta sopeutettuna vallitseviin olosuhteisiin. Aamun aloittivat aamukahvit, joiden yhteydessä Miia Kärnä, Enontekiö-Utsjoki-kehitysryhmän aluevastaava, valotti tapaamispaikkana toimineen rakennuksen historiaa. Näin aloimme virittäytyä päivän aiheeseen. Kahvien jälkeen oli vuorossa luontoaiheinen tutustumispeli, jossa parien tuli löytää toisistaan mahdollisemman monta luontoon liittyvää ja yhdistävää tekijää. Tällä keinoin tilanteen jännittävyys haihtui hausalla tavalla. Mukana olivat olivat Utsjoen kunnan ja yritystoiminnan puolelta tai muuten vain kiinnostuneita Green Care - toiminnasta. Tähän mennessä Utsjoella ja Enontekiöllä oli järjestetty jo kaksi tapaamista sekä pidetty yhteyttä sähköpostilistojen ja Skype-keskustelujen kautta tapaamisten välissä. Livetapaamisissa oli vielä myös jaettu fyysistä materiaalia. Tätä kautta osallistujilla koettiin olevan ymmärrys Green Care-

toiminnasta ja sen tavoitteista, eli lähtökohdat tuotekehitystoimintaan olivat selvillä.

Virallisen osuuden aluksi esittelin muutaman esimerkin kautta palvelumuotoilua. Paikassa, jossa työpaja järjestettiin, ei ollut projektorია, jolla olisi voinut esittää PowerPoint-esitystä tai materiaalia tietokoneelta. Esittämisen muoto oli haastava, mutta yritin saada kaiken oleellisen ilmaistua ”fläppi”-taulun ja tussin avulla. Toki tiedostin, että paljon jäi myös puuttumaan, mutta toivoin, että nämä kohdat tulisivat esiin myöhemmin työpajan edetessä. Kävin läpi päätermit ja niiden sisällöt, sekä kuvasin muutaman tekemäni palvelumuotoiluprojektin kautta miten prosessi näissä meni ja mitä yleensä vaaditaan asiakkaalta ja mitä taas voi odottaa lopputuloksena syntyvältä palvelupolulta.

Teoria-osuudesta etenimme paneelikeskusteluun, jossa Green Care- toiminnassa, mutta eri kehitysryhmässä olevat yrittäjät ja Utsjoen kaupungin työntekijä kertoivat omista toimialoistaan ja miten niiden kautta voidaan parantaa ihmisten hyvinvointia. Green Care- toiminnan eettisen säännösten mukaan kaiken toiminnan tulee tähdätä luonnon kunnioittamiseen ja ihmisten hyvinvoinnin lisäämiseen luonnon avulla. Ihminen hoitaa luontoa ja luonto hoitaa sitten vastavuoroisesti taas ihmistä. Keskustelu oli antoisa ja motivoiva ja ilmi tuli, että asioita halutaan kehittää. Yrittäjä-perheen esimerkki kertoi kuinka yrittäjillä ei ole lomaa, sesonkina työskennellään yötä myöten ja ”off-sesonkina” voi hetken huilia ja haistella uusia trendejä.

Lounaan jälkeen oli vuorossa ideoinnin aloitus. Ensimmäisenä oli kuitenkin laadittava palvelupolku, jonka jaoimme asiaa helpottaaksemme viiteen eri palvelutuokioon:

Miten asiakkaalle syntyy tarve palvelusta?

Miten asiakas löytää palvelun?

Miten asiakas tilaa/ostaa palvelun?

Palvelutilanne ja maksaminen

Miten palvelutilanne paransi hyvinvointia / elämänlaatua?

Näihin kysymyksiin vastaamalla, halusimme selvittää mikä palvelun tämänhetkinen tilanne on asiakasnäkökulmaa unohtamatta. Avaamalla palvelupolun muille selittämällä, kaikki tiesivät syvällisemmin missä tilanteessa nyt oltiin kenenkin kohdalla, ja myöhemmin yhteisen ideoinnin aikana, oli helpompaa tietää mitä haluttiin kehittää. Näistä viidestä edellä mainitusta valittiin yksi kohta, joka vaati eniten ideointia ja tähän tehtiin nopea ”muistintyhjennys” eli lyhyessä ajassa kirjoitettiin kaikki mitä mieleen tuli. Paperit kerättiin pois ja kerroimme, että näihin ideoihin ei saisi enää palata. Rehellisyyden nimissä on mainittava, että esiin tuli jo tässä vaiheessa niin hyviä ajatuksia, että olisi tyhmää olla niitä hyödyntämättä (prosessin tulokset koosteena LIITE 1).



Kuva 4: Utsjoella ryhmätyöskentelyä.

Seuraavaksi teimme ”kiertävät ideat”. Paikalla oli kuusi henkeä kehityshaasteineen. Lisäksi työskentelimme sähköpostitse tulleiden ongelmien parissa. Nämä sähköpostitse tulleet olivat kolmelta yrittäjiltä, jotka eivät päässeet paikalle. Seuraavaksi jokaiseen laadittuun palvelupolkuun jokainen liimaisi kiertävien ideoiden aikana yhteensä kolme post-it-lappua; keltaisen, vihreän ja punaisen. Näihin jokaiseen taas kirjoitettaisi kolme ideaa värin antaman teeman mukaan. Vihreä oli konkreettinen idea (esine, materiaali, jne.), keltainen oli kuinka Afrikassa tähän samaan ongelmaan vastattaisi ja punainen, kuinka alle kouluikäinenkin lapsi ymmärtäisi mistä on kyse tai mikä tätä lasta kiinnostaisi. Korostin, että ideoiden ei tarvitse olla ”järkeviä” ja että ”ei ole mahdollista” on lause, jota ei tässä vaiheessa tarvita ollenkaan. Tämä voi olla vaikeaa vahvasti työelämässä ja omassa yritystoiminnassaan rutinoituneille toimijoille. Irtautumisen kautta voi kuitenkin löytyä uusia toimintamalleja, toki hulluimpia ideoita tulee edelleen kehittää niin, että nekin oikeasti voivat toimia. Mutta tämä on vasta myöhemmässä vaiheessa.

6.2.2 Tapaaminen II

Enontekiön työpaja järjestettiin tasan kuukautta ensimmäistä, ideointityöpajaa, myöhemmin 8.11.2013. Tämän kerran tarkoitus oli kehittää ideoita ja ihmisten henkilökohtaisia palvelupolkuja pidemmälle. Työpajojen välissä oli kehitysryhmälaisilla mahdollisuus tavata aluevastaavaa ja kehittää ideoitaan pitemmälle. Aluevastaava tarjosi myös palvelupolunkehittämistoimintaa halukkaille. Enontekiöllä työpaja järjestettiin Metsähallituksen toimipisteessä Hetassa, jonne saapui lähinnä paikallisia, mutta myös yksi Utsjoen edustaja. Tilaisuus oli järjestetty alkavan talvisesongin kanssa päällekkäin ja se saattoi verottaa läsnäolijoita.

Päivä alkoi esittelyille, keitä paikalla on ja siitä, mikä on päivän tarkoitus. Kävimme läpi työsuunnitelman ja päivän aikana käytettävät metodit. Alkulämmittelynä toimi peli

Valehtelijoiden klubi- tv-ohjelman periaatteella, jossa esineelle keksittiin mahdollisimman monta käyttötarkoitusta. Tämän jälkeen esittelin palvelumuotoilua. Toisille aihe oli tuttu jo edelliseltä kerralta, mutta toisille se oli täysin uusi. Tällä kertaa varauduin pitämään esityksen tietokoneavusteisesti ja eri videotallenteiden avulla palvelumuotoiluprosesseista. Videoiden avulla palvelumuotoilu oli huomattavasti helpompi selittää, ja päivän ohjelmaan kuuluvaa palvelutilanteiden protoilua selventää. Palveluiden testaaminen vaatii hieman rohkeutta ja heittäytymistä ja tallenteiden kautta pystyin osoittamaan, että muuallakin näin tehdään. Tämä uskoakseni auttoi ihmisiä rentoutumaan ja nauttimaan tulevasta paremmin. Tässä vaiheessa kertasimme myös sen mitä Utsjoella oli tehty kuukausi takaperin. Töihin aloimme jakamalla ryhmän kahteen. Ryhmytyminen tapahtui itsestään, osallistujien omien intressien mukaisesti. Kummallekin ryhmälle tuli oma kysymys, joka kokosi yhteen kehitysryhmätoiminnassa olennaisimmiksi koetut asiat yhteen. Ensimmäistä ryhmää koskeva kysymys oli:

Miten lisätä ohjelmapalveluyrittäjien ja majoitusyrittäjien /matkanjärjestäjien yhteistyötä?

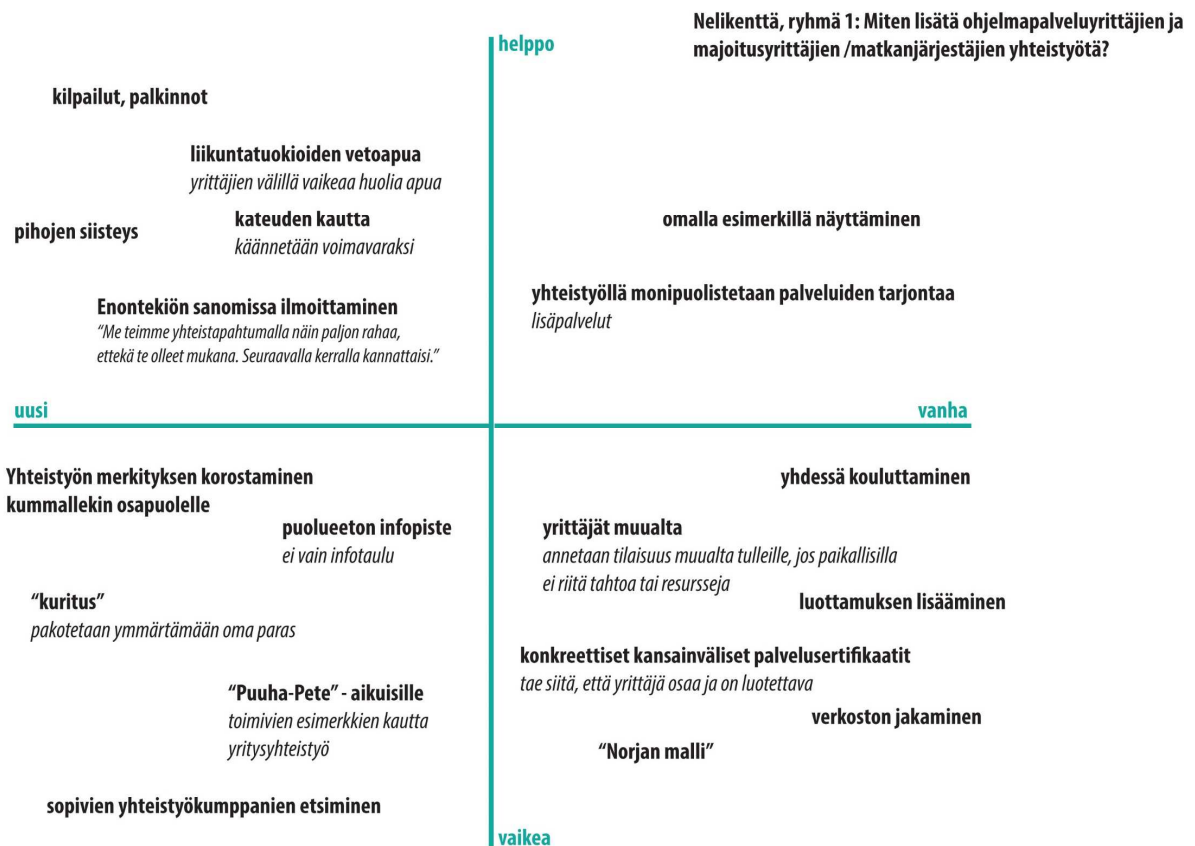
Toisen ryhmän kysymys oli: *Miten kehittää alueen tapahtumia luontolähtöisesti?*

Ideointiprosessi näihin kysymyksiin oli kaksivaiheinen. Ensimmäisessä vaiheessa ryhmät keskustelivat aiheesta keskenään ja kirjoittivat ideat post-it-lapuille. Lisäkysymyksenä ja haasteena heillä oli lisäksi se, mitä lisäarvoa oma palvelus tai yritys voi tuoda tähän. Haasteelliset kysymykset saivat aikaan hyvää keskustelua ja tähän varattiinkin runsaasti aikaa. Päivän suunnitelma muuttui osallistujien tarpeiden ja taustan mukaisesti. Näin varmistimme sen, että ihmiset saivat työpajasta mahdollisimman paljon sisältöä ja hyötyä omaan yritystoimintaansa. Eri ideointivaiheet liitettiin vankemmin toisiinsa. Aikataulu oli rento ja luovuudelle avoin.



Kuva 5: Nelikenttään sijoitettavaa tietoa Enontekiöllä 8.11.2012.

Lounaan jälkeen alkoi ideoinnin toinen vaihe. Tässä vaiheessa sekä nyt tehtyjä että Utsjoella tuotettuja ideoita kerättiin ja sijoiteltiin nelikenttään "Uusi - Vanha"- ja "Helppo -Vaikea" - akseleille. Olin koonnut edellisen kerran ideat yhteen, tulostanut ja leikannut ne suiroiksi, joita sitten sai tarpeen mukaan ottaa nelikenttiin. Myös tähän vaiheeseen oli runsaasti aikaa käytössä, koska osalle osallistujista Utsjoen ideat olivat täysin uusia ja niiden sopivuus omiin kysymyksiin piti arvioida tapauskohtaisesti. Nelikentät käytiin läpi osio kerrallaan ja ideoinnin läpikäynnistä syntyikin paljon hyvää keskustelua. Tämä oli varmastikin päivän informatiivisinta antia. Ideoita syntyi runsaasti ja alla olevissa nelikentissä on esillä vain olennaisimmat. Näistä kohdista valittiin ydinkohdat osallistujien henkilökohtaisiin palvelupolkuihin ja inspiraatiota tästä varmasti nousi myös seuraavaan vaiheeseen.



Kuva 6: Ryhmä 1 koki kysymyksen haasteelliseksi, mutta ideoita syntyi ja nelikentän avaamisen yhteydessä syntynyt keskustelu herätti uusia ajatuksia aiheesta ja auttoi ryhmäläisiä ilmaisemaan niitä.

Nelikenttien arvioinnin jälkeen oli aika siirtyä ideoiden testaamiseen. Tätä varten luotiin erilaisia rooleja ja tilanteita, joihin osallistujat joutuvat ja joissa he yrittävät saada ideansa myytyä eteenpäin. Tilanteet noudattivat improvisaatio-teatteria ja erityisesti Vedetään hatusta-nimistä tv-ohjelmaa, jonka kautta tämä vaihe olikin helppo osallistujille selvittää. Improvisaation keinoin ihmiset harjoittelevat kanssakäymistilanteita reagoimalla toisen sanoihin ja eleisiin. Mukana ei ole käsikirjoitusta vaan heittäytymällä ja oman persoonansa peliin heittämällä he kehittävät tilanteen ja saavat sen haluamaansa päätökseen. Aiemmin läpikäydyistä ideoista muistettavimmat nousevat tässä vaiheessa esille ja ääneen lausuttuina ne kehittyvät edelleen keskustelun yhteydessä.

Nelikenttä, ryhmä 2 : Miten kehittää alueen tapahtumia luontolähtöisesti?



Kuva 7: Ryhmä 2 kehitti paljon konkreettisia palveluita ja ideoita Karesuvannon kylän kehittämiseksi tilaanteesta jossa se on nyt. Tällä hetkellä peruspalveluita ollaan vähentämässä. Aktivoimalla yhteisöä voidaan saada ehkä muutosta näihin kaavailuihin ja voimaa matkailuun.

Pienoisnäytelmiä ja vuorovaikutustilanteita oli yhteensä yhdeksän kappaletta ja tilanteissa oli aina mukana kaksi henkilöä, "ostaja" ja "myyjä". Lisähaastetta tilanteisiin toi katsojien antamat paikat, missä kyseinen tilanne tapahtuu. Lisäksi ostajalle annettiin "asenne", jolla hän aluksi suhtautuisi myyjän tekemään tarjoukseen. Esimerkiksi hyvin nuivasti aluksi suhtautunut ostaja saattoi muuttaa mieltään asiasta jos myyjä muutti, kohdensi tai tuli muuten asiakasta vastaan näissä tilanteissa. Ensimmäisessä vuorovaikutustilanteessa Onnellisen poron -yrittäjä tarjoaa

palveluitaan konferenssin järjestäjälle, jolla on kova kiire. He tapaavat sattumalta kauppakeskuksessa ja yrittäjä näkee tässä tilaisuuden lähestyä mahdollista palvelunsa ostajaa. Haasteena tässä tilanteessa oli se miten lähestyä konferenssin järjestäjää ja miten saada aikaiseksi klikki sekä molemmin puolinen hyöty. Tiukan kaupankäynnin jälkeen löydetään kompromissi ja molemmat poistuvat tilanteesta tyytyväisinä. Todellisuudessa tilanne voi mennä hyvin toisella tapaa, mutta tätä kautta osallistujat saivat harjoitella vuorovaikutustilanteita ja todella myydä tuotteitaan, puolitosissaan. Ohessa syntyi lisää ideoita ja hiottiin vuorovaikutustaitoja. Oleellista oli se, että sekä myyjän ja ostajan piti perustella hyvin tekemänsä päätökset. Tämä antoi taas toiselle eväät vastata tai kehittää palveluideaa entisestään.

Yhdeksän vuorovaikutustilannetta kattoivat melko lailla osallistujien yritykset, heidän tarjoamat palvelut sekä halutut asiakassuhteet. Tämän jälkeen oli vuorossa viimeinen ideoiden keräysprosessi ryhmittäin. Tässä tilanteessa korostuivat ajatukset siitä, että pitää luoda kumpaakin sopimusosapuolta hyödyttäviä tilanteita, toimia kyläyhdistyksenä tai muuten yhdessä ja puhalttaa muutoinkin ”yhteen hiileen”. Ylipäättään ihmisten aktivointi ja osallistaminen yhteiseen toimintaan koettiin osallistujien mielestä tärkeäksi paikallisen taloudellisen hyvinvoinnin lisäämisessä. Päivä päätettiin yhteenvetoon ja yhteiseen keskusteluun jatkosta. Aivan lopuksi keräsin osallistujilta palautteen työpajoista. (Liite 3) Palautetta ja työpajojen lopputuloksia käsittelen tarkemmin seuraavassa luvussa. Työpajoissa tallensin prosessia ja syntyineitä ideoita ahkerasti. Editoin tekemäni materiaalin ja lähetin kootut ideat osallistujille parin viikon sisällä kummastakin työpajasta. (Liitteet 1 ja 2 ovat näitä koosteita.)

7. TULOKSET

7.1 Saadut tulokset ja niiden analysointi

Pro gradu - tutkielmassani tutkin palvelumuotoilun metodien kautta, kuinka suunnitella luontolähtöisiä, hyvinvointia parantavia tuotteita ja palveluita. Tarkoitus oli löytää suunnitteluajureita, joita voidaan hyödyntää tulevaisuudessa Green Care-hankkeen puitteissa tai muissa kestävämmän kehityksen mukaisissa palvelu- ja tuotesuunnitteluprosesseissa.

Mielenkiintoinen esimerkkitapaus kehitettävästä kohteesta, joka mielestäni nostaa esille monia Pohjois-Lapille yhteisiä seikkoja ja jossa yhdistyy luontolähtöisyys ja hyvinvointi raikkaalla tavalla tulivat esille Utsjoella suunnitellusta palvelusta: *“Utsjoella kehitetään palvelua, joka keskittyy maastopyöräilyreittien GPS-karttapalvelun luomiseen ja maastopyöräilyn markkinoimiseen pohjoisimmassa Suomessa, mahdollisesti myös Norjan puolella. Haasteena toiminnan kehittämiseksi on lyhyt kesä ja sitä kautta mahdollinen pyöräilysezonki ja eri intressiryhmien pelko oman elinkeinonsa puolesta. Pitämällä sesonki tiukasti tietyn ajanjakson sisällä, niin että poroerotus voi rauhassa olla omalla paikallaan ilman ulkopuolisia häiriöitä, voidaan saada poroisännät suosiollisemmaksi pyöräilylle. Pyöräily, toisin kuin monet muut harrasteet, eivät pilaa luontoa ja kehittämällä keinoja, joilla matkailijat saadaan ottamaan vastuuta luonnosta, voidaan pitää matkailu järkevällä pohjalla. Roskat ja saasteet pitää onnistua ohjaamaan tiettyihin paikkoihin, joista ne on helppo korjata pois. Pohjoisen Suomen luonto on hyvin herkkä, joten suuria matkailijamääriä ei alueelle joka tapauksessa pystytä ottamaan samaan aikaan. Matkailupalveluiden tarjoajille maastopyöräilyyn keskittynyt sesonki sijoittuisi ajankohtaan jolloin alueella suurin lumettoman kauden matkailuvaltti, kalastussezonki, on jo ohi.”*

Uusia palveluita kehitettäessä kehitysryhmämaisessa piirissä on hyvä, että läsnä on alueen parhaita asiantuntijoita eli paikallisia toimijoita ja yrittäjiä. He tietävät parhaiten

oman alueensa yritysmaailman ja millaisia haasteita voi odottaa. Tämä tietysti voi aiheuttaa myös kielteisyyttä ja pelkoa, joka taas voi mahdollisesti vaikuttaa niin, että uudet ja aluksi erikoisemmilta kuulostavat ideat torjutaan heti alkuunsa. Työryhmässä ideoiden huolellinen purkaminen ja edelleen kehittäminen voivat auttaa löytämään negatiivisena pidetystä ideasta uusia puolia, joissa onkin jotain uutta ja merkittävää. Jotain sellaista, mikä voisi todella toimia alueella. Laatimalla nelikenttäanalyysin voidaan saada aiheesta parempi käsitys ja huomata, mitkä ideat nousevat esiin positiivisessa sävyssä ja joissa on potentiaalia jatkoon kannalta. Esimerkiksi ”radikaali – neutraali” ja ”helppo – vaikea” tai ”nopea – hidas” ja ”halpa – kallis” - nelikentät antavat tuotteen luonteesta nopean analyysin. Työryhmässä toimivien aitous ja rehellisyys auttavat tässä vaiheessa. Tasa-arvoinen suhtautuminen toisiin toimijoihin voi luoda myös parempaa yritysilmapiiriä, työryhmän ulkopuolellakin.

Paikallisuus on voimavara ja oleellinen seikka luontolähtöisiä palveluita kehitettäessä. Mitä omassa ympäristössä ja ihmisissä onkaan sellaista, mitä muualta ei löydy tai mikä asia erityisesti alueella korostuu. On tavallista, että omia erikoisia ja hienoja asioita ei välttämättä tunnista, jolloin ulkopuolisen apu voi olla suuri apu. Ideoimalla erilaisten ”lasien” läpi, voidaan näitä asioita kuitenkin tavoittaa paremmin ja lähestymistapoja hiomalla löytää uudet helmet, vanhoistakin palveluista. Paikallisuus on myös tekijä, mikä kiehtoo matkailijoita. Valinnan varan puuttuessa voidaan hakeutua tuttuihin asioimispaikkoihin, ketjujen pyörittämiin ravintoloihin, mutta tämä voitaisi korvata paremmalla näkyvyydellä esim. Internetissä ja alueen toisten yrittäjien antamalla suosituksilla. Teoriaosuudessa tuli myös ilmi, että matkailijoilla on tarve aitoon ja autenttiseen kokemukseen, joita ketjut tai rakennetut ”matkailumaailmat” voivat vain harvoin toteuttaa.

Ensimmäisessä tuotekehitystyöpajassa Utsjoella lokakuussa 2012 huomasin, että palvelumuotoilu itsessään on todella vaikea selittää ilman konkreettisia esimerkkejä tai kuvallista taustaa. Suullinen esitys liitutauluineen ei auta avaamaan aihetta tarpeeksi, jos aihe on entuudestaan tuntematon. Korostamalla joitain tiettyjä elementtejä, ihmiset

muistavat nämä esimerkit, mutta unohtavat toisaalta "suuremman kuvan" ja miten aihe liittyy heidän toimintansa kehittämiseen. Enontekiöllä nostin palvelumuotoiluprosessivideoita esille ja näistä kehitysryhmäläiset saivat selkeämmän ja paremman kuvan palvelupolusta, kontaktipisteistä jne. Kaiken kaikkiaan, videot veivät pois pelon siitä, ettei kyseessä olisi oikea tuotekehitystyö. Palvelumuotoilumetodit osaltaan voivat välillä vaikuttaa ulkopuolisen silmiin leikkimiseltä, ja tarkoitusta voi olla vaikea hahmottaa. Myös ideointi olisi mahdollisesti vaatinut lisäksi pidemmälle annettuja aihioita tms. jonka kautta ideointia olisi voinut auttaa. Ideointivaihe varsinkin ensimmäisessä työpajassa vaikutti enemmän olemassa olevien konseptien listaamiselta, vaikka juuri tästä yritimmekin pois. Toisaalta pohjustamalla liikaa aihetta, on se vaara, että avuksi tarkoitetut esimerkit alkavatkin rajoittaa luovuutta ja käy päinvastoin: aletaan tehdä esimerkin mukaisia ja – kaltaisia asioita. Selkeästi erilaisesta näkökulmasta asian tarkastelu, "miten sama asia toteutettaisi Afrikassa" antoi ideoille selvästi uutta potkua ja tuoreutta.

Työpajoissa käytettiin menetelmiä, joita osallistuneet yrittäjät tai hankkeen työntekijät eivät tunteneet entuudestaan. Näin ollen oli helpompaa arvioida myös omaa onnistumistani asioiden selventämisessä ja päivän kulun ohjaamisessa. Tässä suurena apuna oli Utsjoki-Enontekiö-kehitysryhmän vetäjä Miia Kärnä, joka "juonsi" tapahtumat aiemmin yhdessä laaditun käsikirjoituksen mukaisesti. Utsjoen työpajapäivä oli luonteeltaan enemmän tilannetta avaava ja osallistujien tilanteiden selvittämistä. Päivän kulku meni toivotulla lailla, mutta ideoimiskierrosten raskaus yllätti monet. Myös itseni. Lopetimme väsyneinä, mutta tyytyväisinä päivän lopputulokseen, hieman aiottua aiemmin. Tämän jälkeen oli huomattavasti helpompi suunnitella Enontekiö - työpajanrunkoa ja keventää tuon päivän ohjelmaa. Tilaisuuksissa yritettiin korostaa keskustelevaa sävyä ja rentoa yhdessä tekemistä. Kahden pienen kunnan yhteistyö oli, kuten aiemmin on tullut ilmi, vaikeaa pitkien etäisyyksien vuoksi. Kehitysryhmän tiedotustilaisuudessa ja ensimmäisessä tapaamisessa keväällä 2012 Enontekiöllä läsnä oli parikymmentä henkeä. Työpajatoimintaan syksyllä ihmisiä oli huomattavasti vähemmän. Oletettavasti välimatkat olivat suuri hankaloittava tekijä, jonka vuoksi useat eivät lopulta lähteneet

mukaan toimintaan. Lisäksi yrittäjillä oli edessään sesonkikohtaisia työkiireitä ja kunnan puolelta taas saatettiin kokea, että työpajoista ei olisi tarpeeksi näkyvää hyötyä. Vaikka osallistujia tuotekehitystyöpajoihin olikin lopulta vain muutamia, näiden henkilöiden keskinäinen verkostoituminen ja tutustuminen helpottuivat ja henki työpajoissa oli avoin. Osallistujat olivat asiasta oikeasti kiinnostuneita ja aktiivisia kehittämään myös muiden palveluita.

Yksi teemoista, joka nousi työpajatoiminnan aikana useasti esille, oli yhteistyön kehittämisen toive. Vanhanaikaiset, sanan huonoimmassa merkityksessä, poliittiset ja yhteisölliset klikit vaikeuttavat kehitysryhmään osallistuneiden mukaan alueella toimijoiden jokaisen henkilökohtaista yritystoimintaa. Tarinoita, joissa yksi yrittäjä pyrkii hoitamaan kaikki mahdolliset palvelutuotteet yksinään, laittoivat miettimään. Yrittäjät usein ovat moniosaajia, taitajia, mutta hekin ovat vain ihmisiä. Kiireimpinä turistisesonkina töiden tekeminen vuorokauden ympäri uuvuttaa fyysisesti ja henkisesti. Keskittämällä osaaminen yhteen tai muutamaankin tarkoin valittuun osaamisalueensa kohteeseen, parantaa itse tuotetta, mutta auttaa myös palvelutuotteen tarjoajaa voimaan paremmin. Malleja tai toimivia esimerkkejä kaivattaisi siitä, miten tehdä yhteistyötä taloudellisesti kannattavasti. Levin esimerkki on todella hieno ja siitä on hyvä ottaa mallia.

.

Yksi monissa kehitysryhmän tapaamisissa tuli ilmi yrittäjien mainitsema avoimet ovet-toiminta, joka on ollut monille silmiä avaava kokemus. Vertaisoppiminen on näissä luonnollista ja yrityksen markkinoiminen B2B-tyyliin on ollut onnistuvampaa. Tasa-arvoisuuden kokemus ja samankaltaisuuden tunne omaan toimintaan verratessa luo myös sidettä ja helpottaa verkostoitumista. ”Yrittäjien aamukahvit” perustui osaltaan tähän logiikkaan. Teknologian tämän hetkiset mahdollisuudet auttavat osaltaan välimatkojen ylittämiseen ja videopuheluformaatti, jossa näkö- ja kuuloaistein voidaan pitää palaverieita, voivat olla toimivia esimerkiksi isomman kokonaisuuden osa-alueiden sopimisessa, mutta henkilökohtaista tapaamista se ei voita. Ei ainakaan vielä tällä hetkellä.

Palvelumuotoilu koettiin kiinnostavaksi asiaksi ja koska monille työpajat tarjosivat ensimmäisen kosketuksen teemaan, kokonaiskuva saattoi olla aluksi vaikea hahmottaa. Työpajoissa käytetyt menetelmät koettiin ”kivoiksi” ja palvelumuotoilun menetelmät antoivat uusia näkökulmia asioihin. Palvelumuotoilutyöpajoissa on mahdollista testata lähes ilmaiseksi erilaisia konsepteja, kehittää uusia ja asettua asiakkaan tai erilaisen yrittäjän nahkoihin. Se luo ymmärrystä erilaisia ihmisiä, tilanteita ja kohderyhmiä kohtaan. Asiat elävät muutoksessa ja palvelumuotoilun kautta voidaan tarttua niihin heti kiinni ja testata onko trendeissä jotain minkä parissa yrittäjä voi jatkaa tulevaisuudessa.

Green Care-toiminta on Suomessa vielä alkutekijöissään ja koska se on vasta kehittämässä omaa linjaansa, toi se omat haasteet työhön. Miten suunnitella Green Care-palveluiden linjaan sopivia palvelutuotteita, jos GC- toiminta ei ole vielä vakiintunutta? Tuomo Salovaaran laatimat ohjesäännöt auttoivat pysymään ajatustasolla oikealla linjalla työpajojen ohjelmaa laatiessa, mutta varsinaisissa työpajoissa ei puhuttu pelkästään Green Care – tuotteista vaan osallistujien henkilökohtaisen palvelukohteen kehittämisestä ja kassavirran toivottavasta kasvattamisesta. Green Care - palvelun kehittäminen ei voi olla itseisarvo vaan ”Green Care” on tavallaan ”kunniakirja” hyvin tehdystä työstä tai tiettyjen arvojen noudattamisesta palvelupolun jokaisessa palvelutuokiossa. Helpottavaa arvioinnissa on se, että Green Care-ohjeistus on samankaltainen Brundtlandin määrittelemän kestävän kehityksen ja Euroopan komission laatiman Vihreä kirja yhdenmetystä tuotepolitiikasta - ohjeistuksen kanssa; kaikki nämä pyrkivät järkevään ja kohtuulliseen elämäntapaan, ihmisten ja luonnon hyvinvointia unohtamatta. Green Care-serfikaatti muuttuu arvostetuksi hyvän tiedottamisen ja tätä kautta tunnetuksi tehdyn laatukriteeristön avulla.

Palautekaavake ja sen analysointi

Pyysin osallistujilta palautetta Enontekiön työpajan jälkeen, joka oli työpajoista viimeinen. Oletuksena oli, että samat ihmiset olisivat paikalla myös tässä työpajassa.

Näin ei kuitenkaan ollut. Palautteen määrään vaikutti vähäinen osallistujamäärä, mutta samat asiat palautepapereissa toistuivat. Ensinnäkin olisi toivottu enemmän osallistujia. Suurempi määrä osallistujia olisi vaikuttanut myös siihen, että ideoita olisi syntynyt enemmän ja mahdollisesti jotain, mihin olisi myöhemmin ollut helppo tarttua. Toisaalta, suurempi osallistujamäärä olisi saattanut vaikuttaa keskustelun määrään ja toiset ihmiset olisivat ajatuksineen voineet jäädä turhaan taka-alalle. Kysyin ensimmäiseksi oppivatko osallistujat jotain uutta työpajasta. Osallistujat sanoivat oppineensa toistensa tuotteista ja ideoista uutta, kivoja menetelmiä, positiivisuutta, tärkeää verkostoitumista. Kaiken kaikkiaan osallistujat tutustuivat uusiin ihmisiin ja keskusteluissa tuli uusia näkökulmia asioihin. Lisäksi eräs sanoi saaneen vahvistusta pikkuhiljaa hiipineille käsityksille siitä, mitkä ovat tärkeimmät kehityshaasteet alueilla.

Toisena kysymyksenä oli työpajoista saatu hyöty. Osallistujat kokivat saaneensa paljon ideoita, mutta pelkäsivät, että uskaltavatko he tarttua niihin, eikä vain ”jäädä sohvanpohjalle makaamaan”. Eräs yrittäjästä aikoi tulla hyödyntämään palvelumuotoilun menetelmiä omissa palveluissaan kuin asiakkaiden palvelujen kehittämisessä. Yleinen mielipide oli, että työpaja oli jonkin verran hyödyllinen. Työpajan olisi voitu toteuttaa paremmin niin, että paikalla olisi ollut enemmän väkeä, eli tapahtumaa olisi markkinoitu enemmän. Palvelumuotoilun menetelmät ja -mahdollisuudet selvisivät osallistujille videopätkien kautta. Samalla tuotteistaminen ja palvelumuotoiluprosessin eteneminen oli helpompi havainnollistaa.

Kestävän kehityksen huomioimisen palveluiden ja tuotteiden kehittämisessä osallistujien mielestä on olennaisesti tärkeää ja he kokivat, että tulevaisuudessa se otetaan paremmin huomioon ja kertakulutus vähenee.

7.2 Suunnitteluajurit

Tutkimukseni lopputuloksena minun oli tarkoitus muodostaa suunnitteluajureita saadun kehitystyöryhmätyöskentelystä saadun kokemuksen ja luetun teorian tiedon

perusteella. Mahdollisuuksia olisi ollut runsaasti, mutta nämä viisi mielestäni olivat olennaisimmat. Syy miksi nostin nämä kohdat tärkeimmiksi, oli niiden toistuminen niin työpajoissa tehdyissä ideoinneissa ja keskusteluissa kuin yleisyys lukemissani lähteissä.

Lopputuloksena tärkeimmiksi suunnittelua ohjaaviksi koetut ajurit ovat (kuva 8):

1. Hyvinvointi

2. Luontosuhde

3. Paikallisuus

4. Yhteistyö

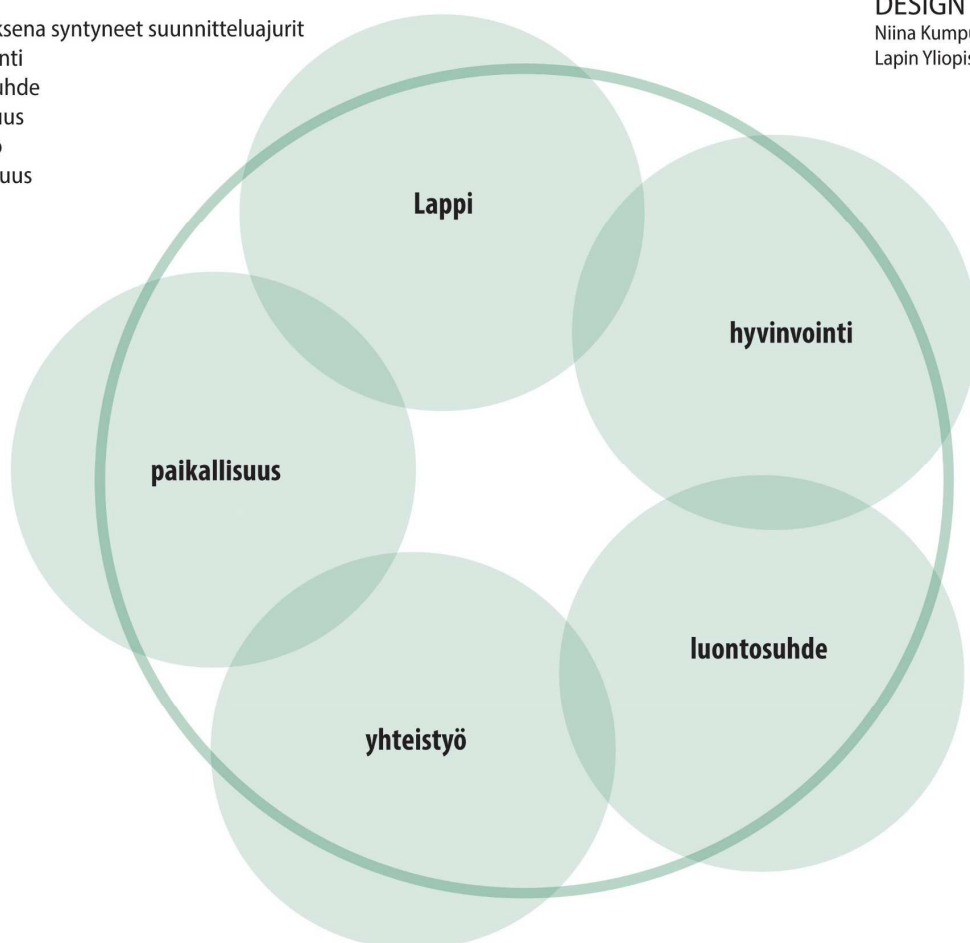
5. Lappi

Lopputuloksena syntyneet suunnitteluajurit

1. Hyvinvointi
2. Luontosuhde
3. Paikallisuus
4. Yhteistyö
5. Lappilaisuus

DESIGN DRIVERS

Niina Kumpulainen
Lapin Yliopisto, 2013



Kuva 8: Suunnitteluajurit.

Tärkeimpinä suunnitteluajureina toimivat Green Care-toimintaakin määrittävät **hyvinvointi** ja **luontosuhde**. Näiden kahden tekijän tulee näkyä kaikessa toiminnassa ja tarjotuissa palveluissa, jotta kehitettyä palvelua voidaan markkinoida Green Care - palveluna. Green Care - ohjeistuksessa oli hyvin hahmoteltu olennaisin osin toimintaa koskevat säännökset ja toiveet sekä ideologisin, että jossain määrin käytännöllisin tavoin. Tuotekehitykseen ja erityisesti konkreettisten tuotteiden luomiseen voidaan ottaa lisäohjeistusta esimerkiksi siihen mitä luontolähtöisyys voi tarjota, EU:n Vihreän politiikan oppaasta vuodelta 2001. Siinä tuotteiden valmistukseen liittyviä ohjeistuksia oli tuotu hyvin käytännönläheiselle tasolle. Luontosuhdetta voi tulevaisuudessa korostaa radikaalimmin, esimerkiksi extreme-urheilun keinoin. Luontosuhdetta voidaan vahvistaa tuomalla luontoa rakennettuun ympäristöön voimakkaammin, esimerkiksi hoitolaitoksiin, vankiloihin, kouluihin, yrityksiin, omavaraisuus kaupungeissakin voisi olla poliittisesti tuettua toimintaa. Kaikki tämä helpottaa asian vakiintumisessa ja laajemman huomion saamisessa. Tutustumalla luontoon paremmin voi auttaa myös kunnioittamaan sitä enemmän ja suojelemaan.

Hyvinvointi taas voi olla fyysistä, psyykkistä, taloudellista, yksilöllistä tai alueellista. Hyvinvointimatkailu on selkeä trendi ja ihmiset panostavat siihen ajallisesti ja rahallisesti aiempaa enemmän. Hyvinvointi luo hyvinvointia, osallistamalla muita alueen toimijoita ja luomalla verkostoja, joissa tehdä palvelutuotteita matkailijoille, jaetaan yhteistä hyvää ja luodaan pitkäkestoisempaa yhteistyötä. Liikunta, hyvä ravinto, riittävä lepo, terveelliset elämäntavat, luontosuhde, merkittävä tekeminen ja turvallisuus, niin taloudellisesti kuin henkilöön kohdistuvana ovat oleellisia tekijöitä hyvinvoinnissa. Hyvinvointipalvelut voivat olla keskenään hyvin erilaisia, kalastuksesta ja vaelluksesta yrttihoitoihin ja eläinavusteiseen terapiaan. Tulevaisuudessa se voi olla vieläkin jotain muuta. Jo nytideoimme kehitysrhyhmässä "Tunturi tutuksi" - kursseja, joka voi olla monipuolinen matkailupaketti "takaporon" kanssa suoritettavan vaelluksen muodossa. Tutustumalla laajasti kasvustoon ja ympäröivään luontoon, kalastamalla oma ruoka ja nauttimalla erämaan rauhasta, paketista voi saada melkoisen meditaatiomatkan.

Hyvinvointi voidaan määritellä erilaisten listausten kautta, mutta keskeisesti se on ihmisen fyysistä ja psyykkistä pitkäkestoista hyvää oloa, joka syntyy ilman keinotekoisia ja ihmiselle vaarallisia tekijöitä. Erilaisten teorioiden valossa, esimerkiksi ekopsykologian mukaan, ihminen voi kärsiä, jos hänen luontosuhteensa on jostain syystä katkennut. Rakennettu, urbaani ympäristö ymmärretään vastakohtaksi luonnolle, mutta tosiasiaassa se voi sisältää paljonkin elementtejä, joilla ihmisen luontosuhdetta voidaan ylläpitää. Tänä päivänä enenevässä määrin ymmärretään kaupunkisuunnittelussa viheralueiden merkitys. Liikuntapaikkojen ylläpito vaikuttaa suoraan ihmisen hyvinvointiin. Liikuntaharrastuksissa näkyy nopeasti uusien trendien rantautuminen ja luomalla olosuhteet "alagenremaisen" lajin harrastamiseen, pienilläkin harrastajamäärillä, voivat tulla merkittäviksi eri alueiden matkailuvalteiksi.

Paikallisuus ja **Lappi** ovat oleellisia palveluiden suunnitteluajureina. Nämä ovat ne tekijät, jotka erottavat Lapissa tuotetut palvelut kaikista muista, muualla tuotetuista, palvelutuotteista. Lapin alueelliset erikoispiirteet tulivat ilmi työn jokaisessa vaiheessa, tapaamisessa ja lähteissä. Paikallisuus voi näkyä valittuina materiaaleina, valmistustapoina, käytäntöinä, tapoina käyttää tuotetta, jne. Lappilaisuuteen pätee samat seikat, saamelaisalueiden omista tuotteista puhumattakaan. Saamelaisilla on tunnetusti vahva luontosuhde ja tämä puoli varmasti olisi hieno lisä saamelaisyrittäjien tuotekatalogiin, jota kannattaa kehittää. Saamelaistuotteina ei voi eikä saa myydä mitään, joka ei todellisuudessa sellainen ole tai saamelaisen kanssa yhteistyössä tehty. Tähän on vahva eettinen ja laillinen velvollisuus.

Yhteistyö on todettu kannattavaksi monissa matkailukeskittymissä. Suomen Lapissa toimivista tunnetuin on Levin esimerkki, joka koetaan hyväksi. Alueen yrittäjät ovat löytäneet hyvän tahtotilan ja yhteiset tavoitteet auttavat kehittämään matkailupalveluliiketoimintaa eteenpäin. Pohjois-Lapissa intressit ovat jossain määrin hajautuneet ja eriäviä kehitysryhmätyöskentelyn perusteella. Yhteistyö ilman selvempää ja suurempaa tavoitetta on aika turhaa. Pienemmässä mittakaavassa yritysyhteistyö kuitenkin onnistunee. Ideaalitilanteessa alueella toimivat yrittäjät

vahvistavat toistensa liiketoimintaa ja tarjoavat matkailijalle tai paikalliselle asiakkaalle saumattoman kokemuksen, josta asiakas mielellään kertoo eteenpäin esimerkiksi sosiaalisessa mediassa ja maksaakin saamastaan mielihyvästä hieman enemmän. Skenaario, jossa hotelli, kuljetuspalvelut, viihdepalvelut, hoito-, ruoka- ja urheilupalvelut ovat kaikki helposti asiakkaan tavoitettavissa, on tulevaisuuden tavoite.

7.3 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi

Tulosten luotettavuus on haasteellista arvioida riippuen pienestä otannasta ja omasta roolistani tapaustutkimuksen kohderyhmässä toimimisesta. Tutkijana roolini tulisi olla objektiivinen ja fasilitaattorimaisesti tutkimuksessa toimiessani olinkin suhteellisen puolueeton. Kvalitatiivisen tutkimuksen ongelma on siinä, että tuloksien laatu on haettava ja arvioitava tapauskohtaisesti, kun taas kvantitatiivisessa ”oikeat vastaukset” erottuisivat numeraalisesti ilmoitetuista tiedoista esimerkiksi Excel-taulukosta. Laadullisena tutkimuksena joudun luottamaan intuitiooni ja lukemieni lähteiden perusteella tekemään päätöksiä merkittävimmistä ilmiöistä tämän tutkimuksen viitekehyksessä.

8. POHDINTA

8.1 Johtopäätökset

Pro Gradu-tutkielmassani tutkin palvelumuotoilun menetelmien soveltamista luontolähtöisen matkailun kehittämiseen. Alussa määrittelin tutkimuskysymyksen kaksiosaisesti: a) kuinka suunnitella luontolähtöisiä matkailutuotteita ja – palveluita ja b) kuinka palvelumuotoilun menetelmät sopivat tähän prosessiin. Tutkimuksen tuloksena syntyi uutta tietoa tutkimuskohteina olleisiin teemoihin. Itselleni syntyi paremmin ymmärrys vallitsevasta tilanteesta niin matkailun- kuin palvelumuotoilun mahdollisuuksien saralta. Kestävä kehitys oli henkilökohtainen kiinnostuksen kohteeni tutkimuksen aihetta valitessa ja sen näkyminen palvelumuotoilussa kiehtoi kovasti. Green Care – toiminta istuu täysin kestävän kehityksen mukaisten tuotteiden ja palveluiden kehittämiseen ja myös siksi oli kiinnostavaa olla mukana hankkeessa. Green Care itsessään sekä vastaavat hyvinvointiin keskittyvät organisaatiot ja toimijat valtaavat pikkuhiljaa alaa kaikkialla. Syynä toiminnan kasvulle pidetään yleisesti taantumaa ja sen aiheuttamaa turvattomuutta, johon haetaan vastavoimaksi palaamista osittain vanhaan ja luonnollisempaan elämänrytmiin ja – tyyliin. Työpajoihin osallistuneet henkilöt saivat käsityksen palvelumuotoilun mahdollisuuksista ja heidän ideointinsa perusteella pystyin vetämään yhteenvedon suunnitteluajureiden muodossa matkailupalveluiden kehittämisestä Pohjois-Lapissa.

Luontolähtöisten tuotteiden suunnittelulle on tarvetta ja niitä kohtaan on globaalistikin kasvavaa kiinnostusta. Kestävän kehityksen määritelmä laadittiin jo kaksikymmentä vuotta sitten (1992) ja sen vaikutus näkyy nykyään fyysisten tuotteiden valmistus-, käyttö- ja kierrätyskäytännöissä. Vaihe-vaiheelta ne ovat periaatteessa tarkasti rajattuja ja ohjeistettuja prosesseja. Tosielämässä tilanne voi monin paikoin olla toinen, mutta tahto ja yleiset intressit aiheeseen voi tehdä siitä todellisuutta kaikkialla. Tavoitteena kestävästi suunnitelluissa tuotteissa on optimoida kustannustehokkuus ja säästää voimavaroja, mutta ei vain rahallisen tuoton, vaan materiaalin järkevän käytön, luonnon ekosysteemin säilymisen ja työntekijöiden hyvinvoinnin takia. Palveluiden

puolella lähtökohta on huomattavasti parempi. Jätettä syntyy joka tapauksessa vähemmän, mutta samalla lailla optimoinnin tarve ja tuotteiden hiominen on otettava tosissaan. Toimintojen läpinäkyvyys on kummassakin oleellista ja voivat toimimattomina laukaista odottamattomien tapahtumien ketjun. Huonot arvostelut matkakohteesta voivat haitata matkapalveluntarjoajaa pitkänkin ajan päähän.

Matkailun parissa toimijat toivovat runsaasti asiakkaita ja taloudellisesta voittoa. Lapille elintärkeiden matkailupalveluiden vetonauloina toimivat hiihtokeskukset sekä arktinen ja avara luonto. Ne tarjoavat ensisilmäyksellä varsin erilaiset lähestymistavat matkailupalveluiden kehittämiseen. Hiihtokeskukset pyrkivät laajenemaan ja kasvamaan koollisesti useampien majoitustilojensa ja aktiviteettiensa osalta. Tarkoitus on tavoittaa massoja, jotka voivat tehdä, ostaa ja kokea kaikkea maan ja taivaan väliltä näissä kohteissa. Luontoon keskittyvä matkailu taas pyrkii välttämään massoja, kehittämään aluetta varovasti. Nämä matkailijat hakevat rauhoittumista ja omaa henkilökohtaista hyvinvointia toisin keinoin. Kummassakin tapauksessa kuitenkin haetaan erilaista ympäristöä matkailijan arkeen ja arkikokemuksiin verrattuna. Palvelumuotoilu taipuu monipuolisena menetelmänä kumpaankin matkailun kehittämistarpeeseen. Kehittämisen suunta ja tavoite riippuvat kehittäjien omista arvoista ja motivaatiosta, palvelumuotoilun ollessa itsessään neutraali.

Pro gradu-prosessi sujui aiotun suunnitelman mukaisesti, vaikka alussa määritelty suunta ja lopputuloksien korostuskohdat ovatkin tutkimusta tehdessäni kokeneet hieman evoluutiota ja muuttuneet. Alkuperäisistä suunnitelmista kehittää vihreää palvelumuotoilua, suunta muuttui enemmän matkailupalveluiden- ja yhteistyönkehittämisen käsittelyyn. Palvelumuotoilua käsitellessä kappaleessa esittelin Tuulaniemen (2013, 55) esittelemän kahdeksanportaisen prosessinkuvauksen palvelumuotoilusta. Omassa työssäni keskityin muotoiluprosessin alkuun ja lopputuloksissa pääsin Tuulaniemen esittelemän asteikon kolmanteen vaiheeseen asti, jossa kehitettiin asiakasymmärrystä. Varsinaisen palvelun kehittäminen oli työpajoihin osallistuneilla yrittäjillä ja minä seurasin heidän työskentelyään. Lopputuloksena syntyi suunnitteluajureita ja paljon ajatuksia vastaavanlaisten työpajojen pitämiseen.

Palveluidenkehitystyö olisi loogisesti edennyt Tuulaniemen esittämän mallin mukaisesti strategisen suunnittelun ja liiketoimintamallien kehittämisen kautta, josta olisi taas edetty palveluiden ideointiin ja konseptointiin. Tätä työtä työpajoissa tehtiin nyt alustavien päätelmien pohjalta. Myös protoilua tehtiin improvisaation keinoin. Kahdeksanportaisen mallin viimeinen vaihe, palveluiden lanseeraus, jäi ilmaan roikkumaan, mutta se ei tässä prosessissa ollut tarkoituksenakaan. Osallistujat saivat eväitä ja ideoita erilaisten tuotteiden kehittämiseen niin menetelmien kuin niiden markkinointiin.

Oleellista tämän kokemuksen perusteella on työpajapäivän aluksi ja lopuksi osoittaa tehtävästä työstä syntyvä konkreettinen hyöty yrittäjälle. Olisi siis suotavaa korostaa sitä, miksi ylipäättään kehittää esimerkki tässä tapauksessa Green Care- palveluita ja mitä sillä voi saavuttaa. Menestystarinat konkreettisine esimerkkeineen ovat tarpeellisia. Esimerkkitapausten tulisi olla helposti lähestyttäviä, eikä liian kaukana yrittäjien omasta arjesta niin, että tarttumapinta löytyy. Jatkossa Green Care-suunnittelussa voi hyödyntää voimakkaammin luontolähtöiseen suunnitteluun liittyviä teemoja kuten kestävyyttä, kestäväää kehitystä, terveellisyttä ja liikuntaa.

Protoilutyöpajassa menetelmänä toiminut improvisaatio osoitti toimivuutensa ja antoi ajattelemisen aihetta niin osallistujille kuin minulle, palvelumuotoiluasiantuntijalle. Rehellisesti sanottuna, en tuntenut itseäni aina niin asiantuntijaksi vaikka minulla olikin suhteellisen laaja tietämys aiheesta kerätyn teoriapohjan, opintoihin kuuluneiden laajojen asiakasprojektien jne. kautta. Palvelumuotoilun metodit olivat itselle selkeitä, mutta niistä kertominen ja ihmisten mukaan saaminen palveluiden protypointiin bodystorming, yms. metodien kautta oli aluksi vaikeaa. Tämä voi olla myös työpajan yms. ohjaajan tai fasilitaattorin persoonasta kiinni. Asioiden selittäminen voi olla vaikeaa ja epävarmuus heijastuu myös osallistujien omaan rohkeuteen yrittää ja kokeilla erilaisten roolien ottamista ja niihin heittäytymistä.

Mitä kehitysryhmän toiminnassa voisi sitten syntyä, yrittäjien ja osallistujien henkilökohtaisten palvelunkehittämisen lisäksi. Haasteena oli myös miten järjestää

kehitysryhmien toiminta hankkeessa. Parhaimmillaan tulokset alkoivat näkyä Enontekiöllä yritykseltä yritykselle heitetyn haasteen muodossa, jossa ne haastoivat toisiaan Green Care-tekoihin. Koululaisryhmät kävivät tekemässä lumiveistoksia Enontekiöläisen vanhusten palvelutalon eteen jne. Pienellä vaivalla ja ilmaiseksi voitiin luoda hyvää mieltä ja hyvinvointia laajasti. Ongelmaksi koettiin toimintaan osallistumiselle se, että yritykset toivovat saavansa paljon näkyvyyttä ja huomion kautta syntyvää tulosta, mutta eivät halua itse sijoittaa toimintaan aikaa tai rahaa. Tilanne on silloin epäreilu. Yhteisöissä paras keino osallistuttaa on yleensä kylätoimikunnat ja muut kolmannen sektorin yhdistykset. Tällöin kyseessä on vähemmän jäykkä byrokratia ja osallistuvilla henkilöillä on oletettavasti korkeampi motivaatio kehittää toimintaa. Osallistumiselle voisi olla muutamia erilaisia reittejä, panostamalla toimintaan omaa aikaa, saisi siitä erilaista huomiota kuin sponsoroimalla jotain yhteistä hanketta rahallisesti. Yhdistämällä kaksi erilaista lähtökohtaa näin voitaisi saavuttaa mahdollisesti näkyvämpää ja pitkäkestoisempaa lopputulemaa ja luoda yleistä vireyttä.

Tärkeimmät kysymykset tulevien yhteiskehitysprosessien kannalta Lapissa nousevat hyvin ilmi prosessia taaksepäin katsellessa:

Miten tehdä helpompi osallistua kun välimatkat ovat pitkät?

Miten huomioida eri kansallisuuksien edustajat paremmin Lapissa?

Miten varmistaa, että mielenkiinto/motivaatio pysyy loppuun kehitysryhmätoiminnan loppuun asti?

Välimatkoja ei voi olla korostamatta liikaa Pohjois-Lapista puhuttaessa. Välimatkat kehitysryhmän toiminnan kannalta olivat haasteellisia, mutta ne ovat suuria haasteita myös ammatinharjoittajille ja palveluiden tarjoajille. Toki pitkiin matkoihin

asennoidutaan eri lailla kuin lyhempien etäisyyksien Etelä-Suomessa ja ne koetaan itsestäänselvyyksiksi. Pitkät välimatkat tuovat toisiin saman toimialan yrityksiin suuren itsenäisyyden tunteen. Kun on totuttu tekemään asiat tietyllä lailla, voi olla uusien mahdollisuuksien hyötyjen huomaaminen ehkä vaikeaa. Omat haasteensa tuo saamelaisalueella toimiminen. Erilaisten kulttuurien välinen toiminta voi olla välillä vaikeaa, ja täytyisi löydetään rakentavia siltoja eri ryhmien välille. Tavoitetilana kunnilla tulisi olla hyvien yhteistyösuhteiden rakentaminen ja yrittäjien verkostoitumisen auttaminen.

Kuten jo mainittua, matkailutuote on palvelutuote. Onnistuneeseen matkailukokemukseen liittyy huomattavan paljon positiivisten tunteiden herättämistä palvelun eri palvelutuokioissa ja esimerkiksi tunne luottamuksen arvoiseksi osoittautumista on olennainen. Asiakas valitsee ja maksaa matkan kohteen ja aktiviteetit useimmiten etukäteen ja jos matkakohde ei täytä haluttuja toiveita ja tarpeita, asiakkaan on helppo reklamoida siitä niin matkapalvelun järjestäjälle kuin Internetissä julkisesti muille kanssamatkailijoille. Matkat varataan ja ostetaan yhä enemmän perustuen juuri vertaisarvioihin joten matkailupalveluiden myyjällä ei ole todellakaan varaa jättää asioita puolitiehen tai valehdella. Tukemalla molemminpuolista luottamusta ja tavoittamalla asiakkaan, ehkä jopa tälle itselle salassa olevat toiveet, voidaan parhaimmassa tapauksessa luoda kanta-asiakkuus. Positiiviset arviot ovat elintärkeitä nykyisessä kilpailuympäristössä. Odotettavasti tulevaisuudessa vielä suuremmin, kun perinteiset matkatoimistot joko kuihtuvat tai kehittävät toimintaansa toiseen suuntaan.

Matkailupalveluissa paikallisuuden korostaminen voi tarkoittaa pisimmälle vietyä sitä, että paikallinen yrittäjä majoittaa matkailijan paikallisista materiaaleista, paikallisella työvoimalla rakennetussa rakennelmassa, tarjoaa paikallista ruokaa, mahdollisesti matkailijan itsensä saalistamaa tai kalastamaa ja viihdepalveluna on luonnossa tapahtuvia aktiviteetteja kuten ulkoliikuntatuokioita, luonnossa tapahtuvaa hoitotapahtumaa / terapiaa jne. Näitä palveluja voivat tarjota yhteistyöverkostossa

toimivat yrittäjät, oman alansa koulutetut ammattilaiset, jotka ovat sitoutuneet noudattamaan samaa laatusertifikaattia matkan majoituskohteen kanssa.

8.2 Jatkokehitysideat ja tulevaisuuden sovellukset

Ideoinnin avulla vaikutti joskus syntyvän enemmänkin listaus olemassa olevista asioista, kuin varsinaisesti täysin uusia ideoita. ideoita kehittäessä, varsinkin jos haetaan vain niiden suurta määrää, voidaan luetella erilaisia jo olemassa olevia ja ekologisesti kestävämpiä vaihtoehtoja riippuen lähinnä muistista. Selvästi luovemmat vaihtoehdot, jotka oikeasti muuttavat olemassa olevia käytäntöjä ja palveluiden struktuuria, tarvitsevat erilaisia työkaluja löytyäkseen. Kestävien palveluiden kehittämisessä on oleellista, että palvelupolun kartoittamisessa aletaan heti tekemään isoja muutoksia, eikä suoriteta vain ns. viherpesua. Työpajan tms. fasilitaattori voi tehdä palvelumuotoilussa mahdollisesti käytettäviä ideointi- ja kokeilumetodeja varten ”työkalupakin”, joilla on helpompaa tähdätä kestäviin palveluihin ja luontevammin eteneviin prosesseihin. Palveluiden tulee olla asianmukaisia ja tulevaisuuteen tähtääviä. Seuraamalla liikaa tämän ajan trendejä, on väkisinkin pian vanhahtava. Siinä vaiheessa kun lähes kaikki mahdollinen asiaan liittyvä, tai liittymätön, on tuotteistettu, kääntyy asiakkaiden mielenkiinto ja huomio tuotetta kohtaan negatiiviseksi. Toisaalta, pysähtyminen toiminnan kehittämisessä on vaarallista. Tällä hetkellä supertrendeinä ovat superruoat ja terveelliset elämäntavat. Taantuman aikana arvostetaan ”kotoilua” ja tehdään paluuta ”isovanhempien” aikaan. Poliittisessa ilmapiirissä se on näkynyt arvojen kiristymisenä, mutta positiivisesti ajateltuna taantuma lisää arvoa käsintehtyihin tuotteisiin ja luonnosta haettujen kokemuksiin.

Työn lopputuloksena voisi hyvin sanoa, että yhteisen tekemisen ja heittäytymisen kautta voidaan saavuttaa luottamusta ja selvittää yhteistä tahtotilaa yhteisen tekemisen suhteen. ”Design Wheel” -metodia hyödyntämällä voidaan välttää

mahdollisia "rebound"- ja bumerangi-reaktioita. Kehittämisessä täytyy olla mukana oikea tarve, motivaatio ja uskallus muuttaa vallitsevia käytäntöjä. Käytännöt tulee tehdä selkeiksi, opittaviksi ja luonteeltaan läpinäkyviksi. Uskottavina pidetyt verkostot ja yhdistykset voivat toimia suunnannäyttäjinä, jonka jälkeen muiden, nähdessään toiminnan hyödyt ja seuraukset, on helpompi liittyä prosessiin. "Eco Design Wheel"-, "Biomimicry"-, ja "Cradle to Cradle"-menetelmät voivat antaa hyvää lisänäkökulmaa ja motivaatiota uusien linjojen etsimiseen. Nämä esimerkit kestävämpien tuotteiden ja palveluiden taustalla olevista ideologioista voivat tuntua kaukaisilta palveluita suunnitteleville yrityksille, mutta syventääkseen tietoaan ja radikaalimpia ideoita synnyttääkseen, kannattaa näihin tutustua. Teosten kautta voi saada rohkeutta hakea uutta suuntaa tekemiselleen.

Muotoilun muuttaessa muotoaan ja muotoilijan roolin laajentuessa, on tuotekehitystyöhön entistä enemmän vaihtoehtoja. Entinen malli, jossa tuotekehitystyöhön voi palkata muotoiluun keskittyneen yrityksen ulkopuolisena tahona, on toimiva. Rinnalle on kuitenkin mahdollista nostaa yhteiskehittämiseen liittyvä malli, jossa asiakas tekee kehitystyön, muotoilijan antaessa siihen työkaluja ja ohjeistusta, pitäen prosessin langat näin käsissään. Jokaisessa tilanteessa on kuitenkin tärkeää asiakkaan aktiivinen mukana olo prosessissa. Näin voidaan olla varma, että asiakas eli palveluntuottaja ymmärtää palvelutuotteen syvimmän olemuksen, miten lopputulokseen päästiin ja miten sitä ylläpidetään.

Palveluita voidaan testata vain tiettyyn pisteeseen asti, aina tulee kuitenkin uusia tilanteita tai irrationaalisia asiakkaita, jotka eivät ymmärrä tuotteen tarkoitusta tai etenemissuuntaa. Palvelut hioutuvat vielä lisää käytössä ja löytävät sitten lopullisen muotonsa. Matkailupalveluiden muotoilu on uudehko ala, mutta sitä tutkitaan ja siihen on kiinnostusta enenevissä määrin. Stickdornin teoksessa todetaan, kuinka asiakkaat etsivät aitoutta ja autenttisuutta suurten massakohteiden sijaan. Aina on toki ihmisiä, jotka haluavat massakohteisiin, mutta laajan tarjonnan keskellä useat hakeutuvat erilaisten kokemusten perässä uusiin kohteisiin. Lappiin liitettävä karu, mutta kaunis

luonto tekee siitä erottuvan kohteen. Liian kliininen ja luonnosta poisviety tuote ei ole tarkoituksenmukaista. Lappiin tuleva henkilö tuskin hakee samanlaista kokemusta kuin esimerkiksi Dubaihin matkaava. Vahva luontosuhde ja luonnosta saatava hyvinvointi ovat luksusta tässä ajassa, jossa yhä useammat ihmiset asuvat kaupunkikeskittymissä urbaanissa ympäristössä. Lapin tilaa ja rauhaa arvostamalla näkisin Lapin matkailun kehittyvän kokonaisvaltaisesti. Kestävästi.

LÄHTEET

Kirjalliset lähteet

Benyus, Janine M. 2002: Biomimcry: Innovation Inspired by Nature. HarperCollins Publishers Inc., United States of America.

Blomqvist, Johan & Holmlid, Stefan 2011: Existing Prototyping Perspectives: Considerations for Service Design. Nordic Design Research. No 4 (2011) School of Art & Design, Aalto University, Helsinki, Finland.

Gruen, Dan 2000(a): Beyond Scenarios: The Role of Storytelling in CSCW Design. Story Elements and Design. Computer Supported Cooperative Work Conference 2000.

Gruen, Dan 2000 (b); Storyboarding for Design: An Overview of the Process. IBM Research Collaborative User Experience Technical Report 00-03.

Iacucci, Giulio; Kuutti, Kari; Ranta, Mervi 2000: On the Move with a Magic Thing: Role Playing in Concept. Design of Mobile Services and Devices. Department of Computer Science and Engineering. Helsinki University of Technology

Jankkila, Hilikka (toim.) 2012: Green Care - hyvinvointia pohjoisen luonnosta. Rovaniemen ammattikorkeakoulu julkaisusarja C 30. Kopijyvä Oy, Rovaniemi.

Jääskeläinen, Arja & Tulkki, Anssi 2012: Green Care-toiminta terveyden edistämisen ja hyvinvointipalveluiden järjestämisen näkökulmasta. 26 - 37. Teoksessa Jankkila,

Hilkka (toim.) 2012: Green Care - hyvinvointia pohjoisen luonnosta. Rovaniemen ammattikorkeakoulu julkaisusarja C 30. Kopijyvä Oy, Rovaniemi,

Kalliomäki, Anne. 2012: Miten tarinallistat palveluista elämyksiä – opas punaisen langan metsästäjille. Tarinakone. Tampere.

Kankainen, Tomi, Kantola, Vesa, Mehto, Katri & Tiitta, Sauli 2005: Interactive Drama and User Centered Product Concept Design. Conference on Designing for User Experience, Article No. 48.

Kross, Amanda 2013: Using Data to Support Effective Decision Making. Touchpoint, volume 5, no.1 /2013, 26 – 29.

Laine, Markus; Bamberg, Jarkko; Jokinen, Pekka 2008: Tapaustutkimuksen taito. 2. p. Gaudeamus. Helsinki.

Lupton, Ellen; McCarthy, Cara; McQuid, Matilda; Smith, Cynthia 2010: WHY DESIGN NOW? International Design Triennial. Smithsonian, Cooper – Hewitt, National Design Museum New York. Printed in China by Toppan Printing Company.

Mager, Birgit 2009: Service Design as an Emerging Field. Teoksessa Miettinen, Satu & Koivisto, Mikko 2009: Service design with innovative methods. University of Art and Design Helsinki B 93. Keuruu, 28 – 43.

Mager, Birgit 2013: Measuring the Role and Value of Design .Touchpoint, volume 5, no.1 / 2013, 10-11.

Makino, Yuki, Furuta, Kazuo & Kanno, Taro 2009: Interactive Method for Service Design Using Computer Simulation. The University of Tokyo.

Manzini, Ezio 2009: Service Design in the Age of Networks and Sustainability.

Teoksessa Miettinen, Satu & Koivisto, Mikko (toim.) 2009. Service design with innovative methods. University of Art and Design Helsinki B 93. Keuruu, 44 – 59.

McCarthy, Ian P., Pitt, Leyland & Berthon, Pierre 2011: Service Customization Through Dramaturgy. Springer Series in Advanced Manufacturing 2011, 45-65.

McDonough, William & Braungart, Michael 2002: Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things. North Point Press. China.

Mehto, Katri (a); Kantola, Vesa(a); Tiitta, Sauli(b); Kankainen, Tomi(b) 2006: Interacting with user data – Theory and examples of drama and dramaturgy as methods of exploration and evaluation in user-centered design. a) Helsinki Polytechnic Stadia, P.O. Box 4040, 00099 Helsinki, Finland b) Helsinki Institute for Information Technology (HIIT), P.O. Box 9800, 02015 HUT, Finland. Interacting with Computers, Volume 18, Issue 5 / 2006, 977-995.

Miettinen, Satu & Koivisto, Mikko 2009. Service design with innovative methods. University of Art and Design Helsinki B 93.. Keuruu.

Miettinen, Satu, Kalliomäki, Anne & Ruuska, Juha 2011: Palvelun konspetointi. Teoksessa Miettinen, Satu (toim.) 2011:Palvelumuotoilu- uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen, 107 - 108 Helsinki.

Reason, Ben 2013: The Service Design Promise. Touchpoint, volume 5, no.1/ 2013, 14 -17.

Rissanen, Tapio. 2006. Hyvän palvelun kehittäminen. Kustannusosakeyhtiö Pohjantähti. Jyväskylä.

Samalio, Fran 2009: Can Designers Help Deliver Better Services? Teoksessa Miettinen, Satu & Koivisto, Mikko 2009: Service design with innovative methods. University of Art and Design Helsinki B 93. Keuruu.124 -135.

Sanders, Elizabeth B.-N. 2002: From User-Centered to Participatory Design Approaches. In Design and the Social Sciences. Taylor & Francis Books Limited.

Sanders, Elizabeth B.-N. 2006: Design Serving People. Copenhagen 15/05, Copenhagen, Cumulus Working Papers, Publication Series G, University of Art and Design Helsinki, 2006, Painotalo Miktor, Helsinki. 28

Sanders, Elizabeth B.- N., Brandt, Eva; Binder, Thomas 2010: A Framework for Organizing the Tools and Techniques of Participatory Design. PDC 2010, November 29 – December 3, 2010, Sydney, Australia.

Sarala, Pertti; Lehmuspelto, Pasi; Suopajarvi, Leena 2009. Mikä Lappi on ja mikä siitä voi tulla? Lapin tutkimusseura, Acta Lapponica Fenniae, Lapin yliopistopaino, Rovaniemi.

Sanders, Elizabeth B.-N; Stappers, Pieter Jan 2008: Co-creation and the new landscapes of design. CoDesign, Taylor & Francis, March 2008.

Siira, Sanna 2008: EKOMUOTOILUSTA KESTÄVÄÄN MUOTOILUUN - muotoilun lähestymistapoja ympäristömyönteiseen suunnitteluun. Pro gradu-tutkilema. Lapin yliopisto. Taiteiden tiedekunta. Teollisen muotoilun laitos.

Stickdorn, Marc & Frischhut, Birgit: Service Design and Tourism 2012: Case Studies of Applied Research Projects on Mobile Ethnography for Tourism Destinations. Manufactured and published by Books on Demand Gmbh, Norderstedt. Germany.

Stickdorn, Marc & Zehler, Anita 2009: Service Design in Tourism: Customer Experience Driven Destination Management. DeThinkingServiceReThinkingDesign. First Nordic Conference on Service Innovation. MCI Tourism, Austria.

Tulkki, Anssi 2012: Hyvinvoinnin luontolähtöistä tukemista. Teoksessa Jankkila, Hilikka (toim.) 2012: Green Care - hyvinvointia pohjoisen luonnosta. Rovaniemen ammattikorkeakoulu julkaisusarja C 30. Kopijyvä Oy, Rovaniemi, 26 - 37

Tuulaniemi, Juha. 2013: Palvelumuotoilu. Talentum. 2.p 2013.

Vinblad, Sanna 2012: Lappilainen Green Care – hanke selvitti luontolähtöisen hyvinvointitoiminnan edellytyksiä. Teoksessa Jankkila, Hilikka 2012: Green Care - hyvinvointia pohjoisen luonnosta. Rovaniemen ammattikorkeakoulu julkaisusarja C 30. Kopijyvä Oy, Rovaniemi, 99 - 105

Walker, Stuart, Sustainable by Design 2006: Explorations in Theory and Practice. Earthscan.

Wittmann, Michaela 2010: Sustainable Healthcare design. Teoksessa McCullough, Cynthia (toim.) 2012: Evidence-based Design for Healthcare Facilities. Edwards

Bothers, Inc. United States of America, 147-186.

Internet-lähteet

1508 Can You Design a Service www-sivusto

<http://designforservice.files.wordpress.com/2010/03/servicedesignbog_uk_web.pdf
> 10.5.2013

Aalto Taideteollinen korkeakoulu www-sivusto

<http://www.taik.fi/palvelut/future_home_institute/tutkimus/termit.html > 10.10.2013

Business model generation canvas www-sivusto

<<http://www.businessmodelgeneration.com/canvas>> 10.10.2013

Delft University of Technology www-sivusto <http://ocw.tudelft.nl/courses/product-design/delft-design-guide/part-2-design-methods/21-creating-a-design-goal/ecodesign-strategy-wheel/?jumpurl=uploads%252Fmedia%252FEcoDesign_Strategy_Wheel.pdf&juSecure=1&mimeType=application%252Fpdf&locationData=7241%253Att_content%253A35196&juHash=e4aeb3a857ef4f2aba8da217752f726b1bdb0d7>

goal/ecodesign-strategy-

wheel/?jumpurl=uploads%252Fmedia%252FEcoDesign_Strategy_Wheel.pdf&juSecure=1&mimeType=application%252Fpdf&locationData=7241%253Att_content%253A35196&juHash=e4aeb3a857ef4f2aba8da217752f726b1bdb0d7> 10.10.2013

Euroopan yhteisöjen komissio www-sivusto (Vihreä kirja yhdennetystä tuotepolitiikasta) <[http://eur-](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/fi/com/2001/com2001_0068fi01.pdf)

lex.europa.eu/LexUriServ/site/fi/com/2001/com2001_0068fi01.pdf> 22.1.2013

Green Care Finland Ry:n www-sivusto <<http://www.gcfinland.fi/>> 20.4.2012

International Institute for Sustainable Development [www-sivusto](http://www.iisd.org/business/tools/principles_factor.asp)
<http://www.iisd.org/business/tools/principles_factor.asp> 14.11.2012

Lahtinen, Katriina, Design 1 /12, volume 45, [www-sivusto](http://www.mustekala.info/node/2767)
<<http://www.mustekala.info/node/2767>> 17.10.2012

Lappi-työryhmän loppuraportti, Työ-ja elinkeinoministeriö [www-sivusto](http://www.tem.fi/files/20758/TEM32.pdf).
<<http://www.tem.fi/files/20758/TEM32.pdf>> 11.4.2013

Louis Wohl and Sons, Inc. [www-sivusto](http://www.louiswohl.com/wp-content/uploads/2010/05/1203_Embrace_Design_Drivers.pdf) <http://www.louiswohl.com/wp-content/uploads/2010/05/1203_Embrace_Design_Drivers.pdf> 7.10.2012

MUOVA [www-sivusto](http://www.muova.fi/tmp_muova_site_16.asp?sua=1&lang=1&s=51)
<http://www.muova.fi/tmp_muova_site_16.asp?sua=1&lang=1&s=51> 17.8.2012

Salovuori, Tuomo [www-sivusto](http://www.gcfinland.fi/bloginputs_view.seam?cid=5258045&blogInputId=83650)
<http://www.gcfinland.fi/bloginputs_view.seam?cid=5258045&blogInputId=83650>
3.10.2012

Sitra [www-sivusto](http://www.sitra.fi/maaseutu).<<http://www.sitra.fi/maaseutu>> 8.5.2012

Palvelumuotoilutyöpaja Utsjoella 8.10.2012

LIITE 1

Palvelumuotoilu on palveluiden innovointia, suunnittelua ja kehittämistä tuotemuotoilun menetelmin. Tärkeimmät termit ovat palvelupolku, palvelutuokio ja kontaktipisteet. Alla oleva jana kuvaa palvelupolkuja eli palvelutapahtumaa alkaen asiakkaan palveluntarpeesta päättyen tyytyväiseen asiakkaaseen. Pallot janalla kuvaavat palvelutuokioita eli hetkiä, jolloin asiakas ja palvelu kohtaavat. Kontaktipisteiksi sanotaan palveluiden aistein havaittavia toimintoja tai tuotteita, esim. radiomainos, työpöydälle jätetty karkki merkinä toimiston siivoamisesta tai hotellissa taiteltu wc-paperin pää. Palvelumuotoilun tarkoituksena on parantaa palvelua asiakkaan näkökulmasta, unohtamatta palveluntuottajan omaa hyvinvointia ja liikevoittoa. Palvelutuokioita ja kontaktipisteitä voi olla rajattomat määrät. Esimerkinä ja palvelumuotoiluprosessin selkeyttämisenä jaoinme palvelun viiteen palvelutuokioon.



Aloitimme työpajaosuuden laatimalla palvelupolut "miten" - kysymysten avulla, eli:

1. Miten asiakkaalle syntyy tarve palvelulle?
2. Miten asiakas löytää palvelun?
3. Miten asiakas ostaa / tilaa palvelun?
4. Palvelutilanne + maksaminen
5. Miten palvelu paransi hyvinvointia?

"hylätyt vaihtoehdot"

konkreettinen vaihtoehto

kuinka samaan ongelmaan vastattaisi Afrikassa

alle kouluikäisen lapsen näkökulmasta

koontia ideoista

Palveluiden ollessa nyt kirjattuna ylös eri vaiheineen tehtiin ensimmäinen nopea ideointikierros. Tästä tuloksena olivat ns. hylätyt vaihtoehdot, joita toki saa käyttää, mutta jotka saattoivat olla hieman itsestäänselviä.

Seuraava ideointikierros, kiertävät ideat, oli kestoltaan pitempi ja työläämpä. Tehdyt palvelupolut pistettiin kiertoon ja niihin jokainen kehitti yhteensä 9 ideaa, (3 x konkreettinen vaihtoehto, 3 x miten tähän ongelmaan vastattaisi Afrikassa ja 3 x miten lapsi tämän palvelun ymmärtäisi). Tarkoituksena oli heittää hullujakin ideoita joukkoon ja toimia ilman kritiikkiä. Annetut ideat eivät välttämättä vastaa suoraan esittyn kysymykseen tai ongelmaan, mutta analysoimalla ja edelleen kehittämällä, niistä voi löytää uusia ja jännittäviä palvelunkehittämismahdollisuuksia.

Seuraavilla sivuilla olevat ideat ovat ideointikierrosten tulokset puhtaaksikirjoitettuna. Näihin palaamme Enontekiöllä 8.11.2012, jolloin testaamme palvelupolkuja asiakkaan näkökulmasta.

Palvelu: Utsjoen maastopyöräilyreitit 1/2

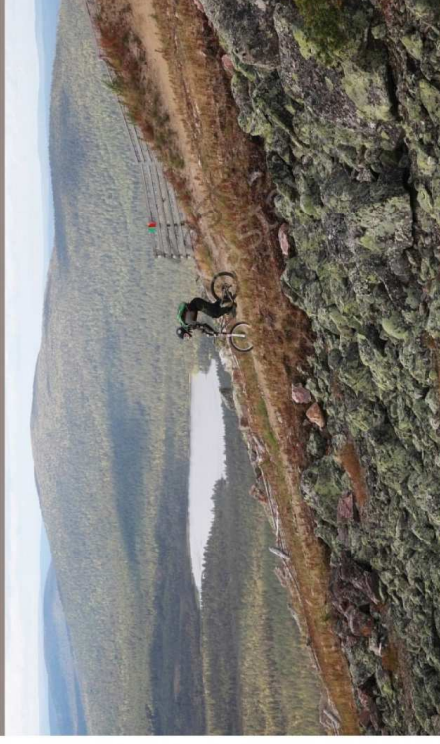
Tämän hetkinen palvelupolku sisälsi seuraavat vaiheet:

1. miten asiakkaalle syntyy tarve?
 - aika ja raha
 - mielekäs tekeminen
 - liikkumisen tarve
 - pääsy erityiseen ympäristöön
 - tekniikka avuksi helpottamaan pidemmälle pääsyä
2. miten asiakas löytää palvelun?
 - Internet / keskustelupalstat / blogit
 - seuran sivut
 - alan lehdet / matkailu- / esitteet / messut
 - tapahtumat ja kilpailut
3. Miten asiakas ostaa / tilaa palvelun?
 - Teno360o
 - internet
 - puhelimitse
4. Palvelutilanne + maksaminen
 - kuljetukset mahd. Palv. Tarjoajien välillä
 - majoitus, ruokailut, tekniikan huolto
 - muut aktiviteetit
 - välinevuokraus
5. Miten palvelu paransi hyvinvointia?
 - elämyksellisesti
 - liikunta eheyttää
 - kulttuuritietous lisääntyy!

LIITE 1

Ideointi vaiheessa ”hylätyt”, mutta silti hyödynnettävissä olevat ideat:

- Uusia ideoita, sisältöä, rasteja, mielenkiinnonlisiäminen, reittejä näköalapaikoille, pahtojen päälle
- taukopaikkoja, siltoja, pitkoksia pahimpiin paikkoihin
- Kuljetukset -> vene, helikopteri, kävely, pyöräily
- Iltamat-> hoidot, ohjelmat, laulu
- Syömiset -> huippugourmet
- Nukkuminen -> Iglu, lumimaja, kammi, kota, hotelliexclusive
- Herätys -> esitys, erikoinen päivänaloitus, johdatus päivän aktiviteetteihin



Palvelu: Utsjoen maastopyöräilyreitit 2/2

- Laadukas majoitus vaihtoehto tarjolle
- hyvä ruoka & hyvät palvelut
- hierontapalvelut, jalat erityisesti
- palkinto perille pääsystä
- kuvat reitistä, saa ennen lähtöä
- kivoja matkamuistoja voi kerätä matkan varrella tai viedä sinne
- Firstbeat-sykeanalyysi pyöräilymatkan ajalta
- majoitus asiakkaan tarpeen mukaan (laavu/ laatumökki)
- kuunneltavat infot reittien varrelle
- ihmisiä eläkkeelle, on aikaa
- sairaus yllättää
- haluaa extremeä
- kuulee kavereilta upeista maisemista ja ajettavista urista
- mielenkiintoiset kohteet
- tarjolla myös muita aktiviteetteja

- Hiekkarinteillä pyöräily
- mahd. pysähtyä kyliin, tutustua
- katsella eläimiä, kuvata
- pariisi-dakar pyöräily
- pyöräily eläinsafarilla
- rantojen kierto, vesi-hiekka
- kylmää juotavaa (välietappeja)
- turvallinen majoitus
- lääkärin palvelut tarjolle
- talvella afrikassa, kesällä täällä
- apinoita vetoapuna
- yhdistetty jokikuljetus ja maastopyöräily
- haluaa pois kyläyhteisöstä
- kylätapahtumat
- Savanni tutuksi-kurssi

- Perheleirit, -kerhot, irti vanhemmista-retket, vanhempainvapaa 2h/sunnuntai
- lomakohteissa kokot
- ohjattu seikkailupyöräily
- kulttuuripyöräretki
- luontolähtöinen harrastuspyöräily (lähiuoka, matkat, ruuanvalmistus)
- vanhempiensa mukana pyöräillä joko vaunuissa tai oma polkupyörä ja seuraavat osan matkaa
- lasten reittejä & kolmirataisilla pieniä retkiä
- kehittää helpompia reittejä aloittelijoille
- pienretket
- tarinan kerrontaa
- evästelyä
- pyöräntarakalla pitemmät matkat
- pyörän perävaunut
- vetokoirat

LIITE 1

- konkreettinen vaihtoehto
- kuinka samaan ongelmaan vastattaisi Afrikassa
- alle kouluikäisen lapsen näkökulmasta
- koontia ideoista

- Myydään turisteille paketteja, joissa voi valita haluaako pyöräillä lyhyttä tai pitkää matkaa, onko teemana seikkailu/ohjattu extreme vai helppo koko perheelle soveltuva reitti
- osamatkasta kanootilla tai takaporolla tms.
- tarjolla erilaisia majapaikkoja jonne tavaroiden kuljetus, kuljetuspalvelu eri etappien välillä
- herätyspalvelu
- tarvittaessa lastenhoitoa
- lähiuokkaa tarjolla
- mahdollisuus tutustua paikalliseen elämäänmenoon, saamelaisuuteen
- suuri pyöräily tapahtuma joka keskittyy tai ainakin ohittaa Utsjoen (vrt. Pariisi - Dakar)
- oheispalvelut sesonkikohtaisia
- välietappeja, joihin on ladattavat ja kuunneltavat opastukset paikan historiasta, merkityksestä paikallisille (vrt. museoissa oleviin)
- osana kurssitoimintaa

LIITE 1

Poroyrittäjällä on laaja kokemuspohja porojen kanssa toimimisesta.

Yritystoiminta mahdollista niin Suomen kuin Norjan puolella. Yrittäjä kielitaitoinen, puhuu kaikkia alueella tarvittavia kieliä. Tuntee kulttuurin. Yrittäjälle tärkeää porojen vapaus ja hyvinvointi. Tekee hierontaa, voi & osaa joikata esim. tunturissa.

Palvelu: Miten yrittäjä tavoittaa mahdolliset asiakkaat?

- konferenssin oheishjelmanumeroksi poroterapia
- tiedotus konferenssin järjestäjien kautta osallistujille
- patikkaretki poron kanssa tunturiin (ohjattu)
- laatukäsikirja
- vuorisuunnittelua paikanpäällä tapahtuvana toiminnoista
- osana tuotepakettia esim. parin muun yrittäjän kanssa
- luonnonmukaisuudet ja poron stressittömyyden korostaminen

- porolla ajelu
- ruokintaan osallistuminen
- suopunginheitto
- lapset porokelkan kyytiin vanhempinsa kanssa
-> perheporoterapia
- takkapororetket
- tarjosta kysynnän mukaan
- pienet opettelevat pikkuporojen kanssa, tottuvat toisiinsa

konkreettinen vaihtoehto

kuinka samaan ongelmaan vastattaisi Afrikassa

alle kouluikäisen lapsen näkökulmasta

koontia ideoista

- apinaterapiaa
- halailukävelyretket
- ohjattuna ratsastus seepra, norsu, ym
- radio
- kylän vanhimpien
- aidatulla alueella (kedot)
- norsuterapiaa konferenssin osallistujille
- norsun talutusta viidakossa ohjatusti
- tiedottajana konferenssiin järjestäjä

- Palvelu, esim. vaellus tapahtuu poron vauhdilla ja poroa kuunnellen seurauksena rauhoittuminen,
- poronhoito-koulutus
- poroterapia
- kalastus- & kulttuurimatkat
- osana seikkailuretkä
- tutustuminen saamelaisuuteen
- autenttinen kokemus, aitous, luonnon kunnioittaminen.
- Mahdollisten asiakkaiden tavoittaminen: sertifikaatit (kuinka hyvin poroja kohdellaan)
- erilaiset palvelupaketit joita markkinoidaan yhteistyöyritysten ja nettimainonnan kautta (Netitse kuitenkin tavoitetaan turistik parhaiten)
- Nettiin jokainen poro nimellä ja luonnekuvauksella,

Palvelu: Miten tehdä siirrettävä luontolähtöinen hoitopaketti?

- Hoitolaitos asuntoautoon
- peräkärryyn kylpyamme
- siirrettävissä esim moottorikelkalla rekeen apuna pitkillä hiihtoretkillä
- liikuntaretki jossa poimitaan jalkakäpyaineet
- hoitotelta joka siirtyy, siellä hoidot
- luonnonkosmetiikka
- kallioliikpeily ☑ saavutetaan jotain suurta
- luontoretken lopuksi sauna ja yrttihoitopalvelu jos tilat käytössä
- koskenlasku ☑ sauna ja pulahtaminen veteen
- avantouinti ☑ sauna
- turvehoidot - > yrttijuomaa päälle
- tekee juoma ja ruokakursseja yrteistä
- poimitaan yrtit ja tehdään niistä teetä nuotiolla
- patikointi nuotiopaikalle, matkan varrella kerrotaan luonnonimioista
- lähteestä otetaan vettä
- esite tarjolla olevista tuotteista, hintoineen, valmispaketit
- paketin suunnittelu asiakkaan kanssa etukäteen niitä resursseja hyödyntäen joita yritykselle on jo olemassa
- yrityksen esittely paikan päällä, jonka pohjalta suunnitellaan syvempi kokonaisuus

- luonnon helmassa ulkona
- afrikan perinnehoitot nuotilla, majassa
- terveysvaikutteiset hedelmät
- kylmäallas kuumuuden keskellä
- paikallinen opas joka tuntee viidakon vaarat ja erilaiset eläimet
- eläinhoidot
- norsuratsastus
- eri heimojen päälliköiden kanssa neuvottelu
- aavikoitumisen ehkäisy istutuksin
- vaelletaan viidakossa ja tutustutaan perinteisiin hoitomuotoihin esim. kasviääkintään

- Myyttävänä pakkauksia, joita ihmiset voivat käyttää / kasvattaa edelleen kotonaan
- Koulutuspalveluita uusille kohderyhmille, kuten esim. lapset jotka eivät tunne tai tunnista kasveja.
- Kotiseuturettekset
- Kulttuuripastusta teeseremonian keinoin, kokeilun kautta oppimista,
- Yrittäjäpariskunnalla vahva luontotuntemus, jota kannattaa mahdollisuuksien rajoissa jakaa myös edelleen. Sukupolvien kuilu ja katkennut luontosuhde jotenkin elvyttää tavallisen koululaisen tai vanhemmankin ihmisen elämässä.
- Liikuteltava hoitolaitos maisemallisesti sopivaan ja lailliseen paikkaan, josta käsin patikointi, uiminen, virkistäytyminen. Jonne palataan myös takaisin saamaan esim. turve- ja yrttihoitoja sekä saunomaan. Pysyvämpi hoitolaitos kiinteistön yhteyteen.

- pienoispaketti luonnon hoivatarvikkeille, niitä viedään kouluihin, päiväkoteihin
- koululaiset itse toteuttavat metsässä keräämistään yrteistä
- tietokilpailu "mitä karhu syö?"
- mikroskoopilla tutkiminen
- opetusvideo lasten tavoin
- lastentarhalla toimiminen
- lapset mukaan keräämään yrttejä metsässä
- lasten tee-seremonia
- lapsille luonnossa kulkemisen opetusta ja luonnon ihmeiden tarkkailua
- kasvimaan tarhaan
- yrttien kasvatus ikkunalla ☑ kotona

LIITE 1

Palvelu: Miten matkailuyrittäjät voisivat hyödyntää paikallisten liikunnanonjaajien/ personal trainereiden palveluita?

- yhteistyö sopivien yritysten kanssa
- PT auttaa selittämään kuinka tärkeää on liikkuminen
- PT:n kans voi suunnitella hyvän kunto-ohjelman, et pysyvät hyvässä kunnossa
- esim. kehonkoostumusmittausten tarjoamista matkailijoille + siihen liittyvä ohjaus, seuranta ½ vuoden tai vuoden päästä
- retket yhdistettynä liikunnallisiin leikkeihin
- verkoston jakaminen
- neuvonantaminen
- tapahtumien järjestäjille tarjotaan ohjeohjelmia
- vinkkejä elämäntapamuutoksiin, ohjausta
- trainer lähtee ohjatuille reiteille asiakkaan kanssa
- liikunta olteisille toimintaa majoitustiloissa / lähireiteille pyörätuolilla
- tapahtumiin liikuntatuokioiden vetoapuna
- kuntosalivuoroja
- pelejä
- opastettuja retkiä koulutusta

konkreettinen vaihtoehto

kuinka samaan ongelmaan vastattaisi Afrikassa

alle kouluikäisen lapsen näkökulmasta

- auttaa lapsia
- neuvoa ymmärtämään kuinka tärkeää ja livaa on liikkuminen-
- keksiä lapsille liikuntaohjelmaa
- teemapäivät -> talviaktiviteetit ja kesäaktiviteetit
- karhujumppa, ohjaajana karhu (tms.)
- lasten "geimit" :opetellaan hiihtoa, palloilua, lumileikkejä
- lasten patikkaretki
- lasten melontakurssi + retki
- lumikenkäväely
- mäenlasku
- leikkejä
- eri liikuntalajien opetusta
- perheet mukaan esim. konferensseihin, lapsille ja puolisoille liikuntaa ja elämäntapaohjausta

- voi antaa tietoja millainen maasto on ihmisillä vaihtoehtoja
- paikallinen eksotiikka esiin liikunnassa
- norsuvaellus paikallisen liikunnanohjaajan kera
- vaellukset
- ulkoilmajumppatuokiot
- eri tanssityylien opetukset
- miten saavutetaan notkeus afrikkalaisin keinoin (paikalliset opit käyttöön)
- kiipeilytaidot afrikkalaisittain
- "Pyytäisin apua Tarzanilta liikunnanohjaukseen"

Palvelu: Miten asiakkaalle syntyy tarve hakeutua koulutukseen tai saamaan GC-palveluita?

LIITE 1

- verkostosta, renkaasta
- vertaiskoulutus, paljastetaan salat, trendi voimistuu
- imago kilpailu toisten yritysten kanssa
- asiakas ei osta muita kuin GC palveluita
- Koulutus vaikuttaa huippu hyvältä.

- uudelleenkouluttautumisen tarve
- lisäkouluttautumisen tarve -> yritystoiminnan laajetessa
- kurssitodistus on saanut opetusta ja tietoa
- oikeasti hyödyttää yrittäjää
- luodaan tilanne missä asiakas tajuaa vajavaisuutensa -> tarve
- -- huono olo ihmisellä -> GC koulutus auttaa auttamaan
- yhteistyö, esim. ruokakoulutuksen yhteydessä!

- Leirikoulu viidakossa
- eläinten avulla
- ruoka
- terveellinen liikunta mitä teillä jo on
- kaivo
- kouluttautuminen
- kulttuuritietoisuuden lisääminen
- saa semmonen näkökulman, että eko/ GC on myös palvelumalli mitä ihmiset haluavat
- päästä irti arjesta
- rauhoittua
- saada tietoa
- GC ry lappilaiset
- kiinnostuneiden verkostoituminen
- puhdas juomavesi
- varjoa ihmisille
- terveellinen perusruoka

- lapsista koulutetaan avainkouluttajat kouluihin
- GC-ajattelu
- kasvisten ja hedelmien terveysvaikutukset
- teatteritoimintaa, laulua
- herkkupäivä -> osoitetaan lähiruokien hyvä maku
- lapselle leluja, tomaattikurkku, iso pehmeä peruna
- ruoka ei ole itsestäänselvyys
- kulttuuriruokailu -> ruokamatkat maailmalle
- luonnon allergiavaihtoehdot teollisille vaihtoehdoille
- lapsille erittäin tärkeää saada GC -sisällös heidän elämäänsä, koulussa, lastentarhassa, vapaa-aika toimessa
- lapset hyviä oppimaan, heille opastus kädestä pitäen kasvien tuntemusta yms
- maistiaisia

”hylätyt vaihtoehdot”

konkreettinen vaihtoehto

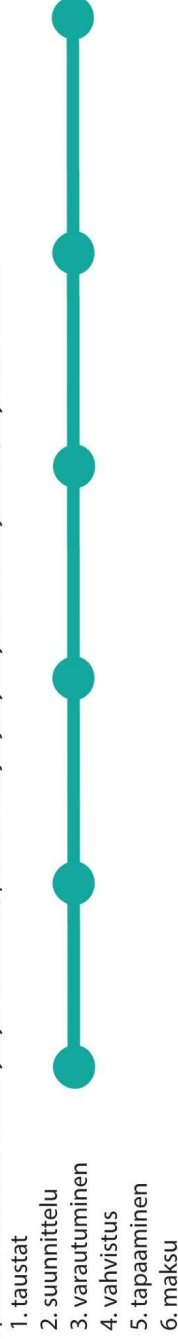
kuinka samaan ongelmaan vastattaisi Afrikassa

alle kouluikäisen lapsen näkökulmasta

Palvelu: Matka itseän rentoutuen

Palvelupolku

1. taustat: yksilölle syntyy tarve päästä ulos tilanteestaan (esim. stressaantunut toimittaja, asuu kaupungissa)
2. tarve: hakeutuu saamaan apua -> saa vinkin, tietoa messuilta tms. lehdet yms. olemassa olevasta palvelusta
3. suunnittelu: palvelu olemassa olevan yrityksen kautta, palvelun yhteystiedot saa joltakin, käyntikortit tms.



4. Toteutus: sovittu toiveista asiakkaan kanssa "retki luontoon itseä etsien", liitännäispalvelut, kohtaamiset
5. Arviointi: Asiakkaan kokemukset "tyytyväinen asiakas, virkistys + rentoutus.. omien rajojen kokeilu", stressi helpottaa, löytää itseään, Voimautuu.
6. Uudelleen suunnittelu: toiminta laajenee, uusia asiakkaita tulee, joustava asiakaslähtöinen palvelu + tyytyväinen asiakas.

<ul style="list-style-type: none"> - lääkäri ehdottaa - telkkari - eri lehdet -> asiakas huomaa ilmoituksen - menut, tapahtumat - yritys, jonka kautta palvelua tarjotaan - sosiaalinen media - radio 	<ul style="list-style-type: none"> - etukäteen tutustumista, - ennakkotietojen hankkiminen asiakkaasta - stressiarvioinnit - first beat - kohteet rauhoittavia - hyvän olon tee iltanuotiolla - itse pyydytyn kalan paisto 	<ul style="list-style-type: none"> - reput selässä viidakoon - oppaan kanssa - tähtitaivaan alla nukkuminen - hyvä ruoka - turvallinen majoitus - eksotiikka 	<ul style="list-style-type: none"> - helppo reitti - vanhempi mukana - opetetaan luontotaitoja - hiljentyminen -> oppiminen hiljentymiseen - lukutuoki nuotiolla - telttamajoitus vanhempien seurassa - poro ja kalaherkkuja 	<ul style="list-style-type: none"> "hylätyt vaihtoehdot" konkreettinen vaihtoehdot kuinka samaan ongelmaan vastattaisi Afrikassa alle kouluikäisen lapsen näkökulmasta
---	---	--	--	--

LIITE 1

Luonto hoitaa ihmistä, mutta roskat pilaavat mahdollisuuden saada maisemasta hyvinvointia ja elämänlaatua parantavia elämyksiä.

Palvelu: Miten matkailijoille viestitään luonnon roskaamattomuuden tärkeydestä?

- antaa kaikille turisteille ensiksi tieto ennen lähtöä, että pitää kerätä roskat luonnosta ja eikä heittää metsään

- kysyä onko matkan tavoite "roskien keräysmatka"

- oma esimerkki, pidä paikat puhtaina

- siivoa muiden roskia

- opastus, valistus

- jätehuolto

- roskaopastus mukaan patikoijille (saa esim. majapaikasta)

- etukäteisopastus miten liikutaan luonnossa,

1. peruskoulu

2. ammatilliset oppilaitokset / aikuiset

3. ikäihmiset

- tarina kuolevasta puusta

- kiitos-kortti kun tuo roskansa pois -> on samalla matkamuisto

- kiertäsohjeet

- pienet iloiset "kortit" pitkin matkaa

- riittävästi helppoja paikkoja jättää roskat

- merkityksen korostaminen, työtyö itselle ja tulevaisuudelle

konkreettinen vaihtoehto

kuinka samaan ongelmaan vastattaisi Afrikassa

alle kouluikäisen lapsen näkökulmasta

- turistikäyttäytymisen aakkoset ennen matkaa
- kysy – tarkkaile – noudata paikallisia ohjeita
- ota oppia kierrätyksestä

- vaikka on hiekka ja meri, ei roskia piiloteta sinne, mutta otetaan mukaan takaisin keskuksiin/ paikkoihin missä roskiksia on

- kouluttaisin apinat siivoamaan

- käyttää luonnossa hajoavia tuotteita

- syöttäviä pakkauksia (eläimet)

- palkinto roskaamattomuudesta

- paikallisten alkuasukkaiden esitys samalla

- kun hakevat roskat pois

- tarinaa puhtaasta viidakosta ja uhanalaisista elukoista

- leijona äijyy määräajoin

- pakkaukset helposti häviäviä – auringossa sulavia

- luonnonmateriaalisia

- oppaat huolehtii

- roskaopastus

- jätepassi

- roskaton kuuta/kuute – kampanja -> palkinto

- opetusvideo -> hahmo joka on IN esim. puuha-pete opettaa

- puuhapäivä -> tuunaa oma roskakori

- laulua, "roskaton on hyvä juttu..."

- opetus esimerkin kautta

- uhkaus

- palkkio, kilpailu

- neuvotaan mikä roska voidaan polttaa, mikä ei

- lähde ensiksi roskien poimimaan roskia ja sitten muut

- näkevät eron

- opastus /esimerkillä näyttäminen

- kuritus, jos ei tottele

Työpajapäivä Enontekiön Hetassa 8.11.2012 aloitettiin tutustumalla toisiimme ja vapaalla keskustelulla Green Care-hankkeesta ja sen haasteista ja mahdollisuuksista. Miia piti mielenkiintoisen kertauksen Green Care- toiminnasta ja millaisia asioita on jo hankkeen puitteissa alueella toteutettu. **Keskustelun aikana nousi esiin mm. vanhusten palvelutalon asukkaiden ilahduttaminen sinällään aivan äärimmäisen yksinkertaisella ja kustannuksiltaan edullisella tavalla : ”läheisen koulun / päiväkodin lapset tuotaisi tekemään palvelutalon pihalle lumiveistoksia.”** Iloa riittäisi veistoksista niin pitkään kuin on lunta.

Päivän työpajaosioon ja oikeaan tunnelmaan pääsemisessä auttoi ”valehtelijoiden klubi” - leikki, jossa tutuille tavaroille keksittiin uusia käyttötarkoituksia ja yritettiin nähdä ne uudella tavalla. Jottei ihan unohtuisi, tällaisia ideoita tavarista nousi : **riistakameran hyödyntäminen matkailussa, luonnossa verenpainemittaimis-laite, muistojen talletuspalvelu, matkamuistona eläimenpajauspussi.**

Tämän jälkeen oli vuorossa palvelumuotoilusta, päivän toimintatavasta, pieni esitys ja pääkohtien kertaus. Palvelumuotoilu on siis palveluiden innovointia, kehittämistä ja suunnittelua tuotemuotoilusta tutuin keinoin. Palvelumuotoilun keskeiset termit ovat palvelupolku, (eli palvelu alkutilanteesta, jossa huomataan palveluntarve, lopputilanteeseen, jossa asiakas ja palveluntuottaja ovat yhtälailla tyytyväisiä), palvelutuokiot (eli tilanteet, missä asiakas ja palveluntuottajat kohtaavat, ei välttämättä henkilökohtaisesti) ja kontaktipisteet (eli fyysiset ja näkyvät, palvelun kannalta oleelliset tekijät).

Alla vielä linkkejä Lapin yliopiston SinCo - palvelumuotoilulaboratoriossa tehtyihin asiakasprojekteista koostettuihin videoihin selvennyksesi palvelumuotoiluprosessista ja ideoiden testaamisen tärkeydestä.

<https://sinco.fi/2012/04/case-teens-users-of-the-future-library/>

<http://sinco.fi/2012/01/case-lapin-kansa-part-1/>

LIITE 2

Selvennyksesi olen tummentanut ja nostanut esiin ideat päivän kuvauksen keskeltä.

Työpaja oli kolmivaiheinen:

1. Ryhmässä kysymysten kautta toimiminen
2. IMPRO
3. Yhteenveto

Kokosi:
Niina Kumpulainen
Lapin yliopisto / TTK / Teollinen muotoilu
2012

2. Ryhmässä kysymysten kautta toimiminen

Helppottaaksemme ideointia ja yhdistääksemme aiemmin Utsjoen työpaikassa 8.11.2012 saatua runsasta ideamäärää, aloitimme kaksiosaisella tehtävällä, jossa pääsimme yhdistämään uusia ja vanhoja ideoita. Osallistujat jakaantuivat kahteen ryhmään antamiemme (osallistujien omia palvelupolkuja yhdistävien) teemojen alle. Teemat olivat seuraavat:

1. Miten lisätä ohjelmalveluyrittäjien ja majoitusyrittäjien /matkanjärjestäjien yhteistyötä?

2. Miten kehittää alueen tapahtumia luontolähtöisesti?

Kummallakin ryhmällä oli siis kysymys, joihin heidän tuli vastata ensiksi oman yritysensä tai palvelunsa lähtökohdista.

Toisessa vaiheessa ideat sijoitettiin nelikenttään, idean toteutettavuuden helppouden ja vaikeuden, sekä idean uutuuden ja vanhuuden mukaan. Nyt syntyneiden ideoiden lisäksi mukana oli myös Utsjoella kehitetyt ideat, joita sai liittää nelikenttään niiden teemaan sopivuuden mukaan.



RYHMÄ 1. Miten lisätä ohjelmanpalveluyrittäjien ja majoitusyrittäjien /matkanjärjestäjien yhteistyötä?

1. yhteistyön aloittaminen

- yhteistyön kehittämistä kateuden kautta, esim. esiintuomalla saadut taloudelliset hyödyt ja kuinka kannattavuus paraneee yhdistämällä voimat
- aktiivinen osallistaja, "joku tulee repimään toimintaan mukaan"
- kuritus (ei laillista tietenkään, mutta sovellettavana ideana, mahdolliset kevyet sanktiot tai toisaalta yhteistyötä kehittäville palkkiot / tukea esim. kunnalta)
- "Puuha-petemäinen" aikuisille toimiva esimerkillinen hahmo (toimivien esimerkkien kautta yritys yhteistyö)
- yhteistyön merkityksen korostaminen kummallekin osapuolelle, myös muun kuin rahan takia. (Hyöty itselle, yrityksille ja tulevaisuudelle)
- sopivien yhteistyökumppanien etsimisen kanava (jotenkin poistaa "hukkareissut" ja toisesta riippuvat epäonnistumiset)

2. yhteistyön hyödyt

- yrittäjille mahdollista saada välillä omaa aikaa (voivat käydä esim. jumpassa ja on muutakin elämää kuin yrityksen pyörittäminen, koska ihminen ei pärjää yksin.
- töiden onnistunut jakaminen
- luottamuksen lisääminen yritysten kesken
- yhteistyössä, yhdessä kouluttaminen
- monipuolisempien palveluiden tarjoaminen mahdollista
- verkoston jakaminen
- avoimuuden lisääminen
- onnistuneiden palveluiden varmistaminen (esim. jouheva matka turistille, kun eri palvelut toimivat saumattomasti yhteen -> ei turhia odotteluita, ei väärinkäsityksiä tai myydä "ei-oota")

3. muuta

- pihojen siisteys on ensivaikutelmien kannalta iso tekijä (maiseointi, houkuttelevuus)
- kunnalla puolueeton infopiste, jossa henkilökohtaista palvelua ja josta saa tietoa kaikista paikkakunnalla tapahtuvista asioista ja yrittäjistä (infotaulu ei riitä)
- tarjolla liikuntatuokoiden vetoapua, yrittäjien on välillä vaikeaa huolia apua.
- yrittäjät muualta voivat aktivoida yritys kenttää ja tuovat uusia tuulia (raju vaihtoehto, mutta jos paikallisia ei oikein mukaan saada)
- yrittäjillä kokreettiset kansainväliset palvelusertifikaatit ("minä olen asiantuntija ja olen luotettava")
- jossain asioissa "Norjan malli" (kalastusmerkki -> samalla luvalla saa kalastaa kaikissa alueen vesistöissä)

-> selkeyttä

Ryhmä 2. Miten kehittää alueen tapahtumia luontolähtöisesti?

Ryhmällä oli taustalla ajatus Karesuvannon kylästä ja sen vetovoiman lisääminen.

1. Tapahtumia, ohjelmaa, mitä voisi tarjota
 - erilaiset kylätapahtumat
 - torin kehittäminen (voi järjestää esim. iltanuotoita, markkinoita, myyntikojuja, laavut/kojut)
 - juhannusjuhlataapahtuma
 - kynttilämeri
 - jäälyhtyjä kylän raitti täynnä, pienistä asioista koostuu hyvinvointi ja jokainen voi osallistua pienellä vaivalla
 - perinnepäivä, keritsisi lampaan, aamutoimet eläimen kanssa, osaksi päivärytmiä aamu/iltanuokinta,
 - makkaranpaisto
 - mäenlaskupaikka lapsille
 - poroerotus (osallistuminen, monia kiinnostavaa), poroajelut, patikkaretki poron kanssa tunturiin (ohjattu)
 - mahdollisuus katsella, kuvata eläimiä
 - aidatulla alueella eläinhoidot (kedot), eläimen talutusta
 - eläinpäivä lapsille /vanhuksille
 - vetokoiraretkiä, hevosajeluja, eläinavusteiset vaellukset
 - luontoretkiä, ohjattua marjastusta, kalastusta
 - ohjattu seikkailu
 - matalan kynnyksen luontoretki
 - rantojen kiertö, monkijäreittien hyödyntäminen
 - tunturi-tutuksi-kurssi, maasto- & paikkatiedon jakaminen
 - ulkoilumajppatuokiot
 - asiakkaiden kanssa suunnitella hyvä kunto-ohjelma, että pysyy hyvässä kunnossa
 - trainer lähtee ohjatuille reiteille asiakkaan kanssa
 - jääsäuna, avantouinti, pohjoisuuden ja talven erikoisuuksien hyödyntäminen
 - lukutuokio nuotiolla
 - nukkuminen -> iglu, lumimaja, kammi, kota, hotellixclusive
 - kuljetusten järjestäminen tarvitseville, vene, kävely, pyöräily

LIITE 2

2. Kohderyhmiä

- saamelaiset oma ryhmänsä
- kyläkunnittain osallistuminen tapahtumiin
- lapset
- vanhuksset
- turisti (täytyy varmistaa, että ei vain ohiajoapaikka)
- maanomistajat mukaan suunnitelmiin (heillä iso valta alueidensa käytöstä)
- tavallinen enontekiöläinen tai utsjokinen tallaaja mukaan
- liikuntarajoitteiset huomioitu ja toimintaa tarjolla majoitustiloissa ja mahdollisuus lähireiteille osallistumiseen
- eläkeläiset (on aikaa osallistua)

3. Muuta

- tarjolla hyvää ruokaa, poro- ja kalaherkkuja, oman kylän ruoka, karkit, jne
- kalaisa vesistö -> tse pyydetyn kalanlaitto ja - paisto
- hyvän olon tee iltanuotiolla
- käsityöt, lelut yms. lähiuutantoa luonnosta
- kasvipäiväkirja, kiinnostuneita on.
- mielenkiintoisten kohteiden hyödyntäminen, esim. reittejä seurakuopille
- opastus, valistus, yhteiset opastustaulut, torin monipuolinen käyttö
- Karesuvannon hyötykäyttö
- monipuolisten maastojen hyödyntäminen. "kuntosalina", lasten reitti, eri vaatimustasoisia reittejä ja hiihtolatuja
- pitkoksia pahimpiin paikkoihin
- tapahtumien järjestäjille tarjotaan ohjeohjelmia
- ohjelmalvelujen hyötykäyttö, turisteilla aikaa pysähtyä ja tutustua kylään.
- hoitolta joka siirtyy, siellä hoidot
- hiljentymisen, oppimisen hiljentymiseen
- luonnonmukaisuuden ja stressittömyyden korostaminen
- luontolähtöistä, yhteisöllisyyttä ja rauhaa huokuvaa toimintaa ja ympäristöä tarjotaan ryhmille
- maisemointi

Tämän jälkeen alkoi ideoiden testaaminen käytännön tasolla improvisaatioteatterista tutuin keinoin. Tarkoituksena oli testata erilaisia tilanteita, johon palveluntarjoaja voi usein törmätä. Menetelmä oli "Vedetään hatusta" - tv-sarjasta tuttu. Koska tilanteet etenivät keskustelumaisesti, tässä koottuna vain tilanteita ja olennaisia ideoita, joita vuorovaikutuksen kautta nousi. Roolihahmot ja heidän tarpeensa ovat nousseet joko keskusteluissa tai palvelupoluissa esille. Tilanteita on yhteensä kahdeksan.

1. "Voimaa onnellisen poron seurasta" – yrittäjä myy palveluaan konferenssin järjestäjälle jolla on kova kiire.

- miten lähestyä konferenssin järjestäjää, miten saada aikaiseksi klikki
- mistä konferenssiin osallistujat tulevat, millaisia tarpeita
- porojen mainostus, ohjelmavaihtoehdosta maininta esitteissä
- elävä poro kauppakeskuksen edessä, niin että voi nähdä / koskea
- yrittäjällä esittää referenssejä -> aiemmat kokemukset / vertauskohtia, että jossain on näin tehty ennenkin
- porosta ruokaa
- hintaneuvottelut, tullaan toista vastaan, pakettitarjoukset
- lähestytään konferenssin järjestäjää itsepintaisesti
- tarjotaan vielä jotain ekstraa esim. seminaarissa puheenpito lisänä konferenssin ohjelmaan.

2. Tarjotaan Isetutkiskelupalvelutkeä luontoon ohjaajan kanssa majoituspalveluyrittäjälle.

- liikeidea selkeä palvelunkehittäjällä, pystyy myymään ideaansa
- innostus majoitusyrittäjän puolelta
- asiakas voi rauhoittua, ei tunne kiirettä, pääsee luonnon rauhaan
- luodaan asiakkaille mahdollisuuksia tehdäkoreja ja matkamuistoja
- korostetaan henkistä puolta
- mahdollisuus saunaan ja uida avannossa, turvekylpyjä, tervajutut
- voidaan toteuttaa retki kauemmas, joen rantaan, mahdollisuus katsella virran juksua
- lisänä vielä poroajeluita, retki kilpisjärvelle (helikopterilla), nuotiolla
- makkaran paistoa/poron laskia, yhteistyönä tehtyä hienoa kokemusta.

LIITE 2

3. Luontolähtöistä, yhteisöllisyyttä ja rauhaa huokuva toimintaa ja ympäristöä ryhmille tarjoava ohjelmapalveluyrittäjä tarjoaa palveluaan ryhmänohjaajalle, joka kokoaa ryhmää matkalle (tapahtuu netissä, sähköpostikeskusteluna)

- otetaan yhteyttä
- muistellaan aiemmin sovittuja asioita (esim. osallistujamääriä)
- puhutaan ohjelmista jota tarjolla (esim. makranpaistoa)
- mahdollisia lisäosallistujia (miten saada enemmän osallistujia mukaan, miten markkinoida)
- Pystyykö palveluntarjoaja tarjoamaan proviikkaa tms. kannustusta, hyvin tehdystä työstä
- tehdään yhteistyötä, toinen lobbaa toista
- mainostus perheretkinä
- ohjelmaa kaikenikäisille, muutamia eri ohjelmia, pakettihinnat
- räätälöidyt tarjoukset
- sisäiseen virkistykseen
- lisäpalveluita tarpeen mukaan, esim. apsenvahvistointia

4. Paikkakunnalla tapahtuvan korkeakulttuuritapahtuman myynti tavalliselle enontekiöläiselle tai utsokiselle kaduntallaajalle

- paikallisten innostaminen mukaan -> kiinnostuksen kohteiden kartoitus
- matalankynnyksen osallistuminen
- avajaistapahtuma ilmainen (houkutin)
- (lohenpyyntiaika vielä päällä, vaihtokauppa, toinen soutamaan, toinen tulee sitten avajaistapahtumaan katsomaan)
- hyvät penkit -> rentoutuminen
- paikallisten mielipiteet tapahtumien kehittämisestä
- paikallisuuden korostaminen (esim. saamelaiset hyvin luovia, saamelaisväestössä on enemmän taiteilijoita kuin lantalaisissa)
- konserttitiloihin kädentaitajia esille ja myyntiin
- paikallisia esiintyjä mukaan

LIITE 2

5. Maastopyöräilijöille kuljetuksia tarjoava yritystä lähestyy hieron- tapalveluja tarjoava yritys tarkoituksenaan kehittää yhteistyötä yritysten välillä

- yhteisen ajan löytämisen vaikeus, yrittäjillä kova kiire, kausi alkamassa
- vanhentuvasta kalustosta koituvat yms. kusiannukset
- hierontapalveluiden käyttö
- pyöräilijöiden kuljetus hierontapalveluiden luokse, vaaroilta toisella
- liittää vielä muita yrittäjiä mukaan tähän toimintaan
- rentoutus,
- extreme
- poroajelut, bussireitit, jatkokehittelmät
- hierojan omia käyntikortteja, joita kuljetuspalvelu voi jakaa, kuljetuspal-
velu joka heittää hierojan luokse,
- kuljetettavat hierontavälineet
- majoituspalvelut
- asuntoauto missä hierontapalvelua tarjotaan
- myös pyöränkorjaaja paikalla
- "kliinikkahieronta"

6. Lumikenkäreikiä tarjoava yritys kauppa palveluaan majoitusyrit- täjälle

- Onko majoitusyrittäjällä tieto palvelusta?
- miten varmistaa, että majoittaja muistaa mainostaa asiakkalle
- esitepaketti että voi tutustua tarkemmin
- kilpailutus
- aatuserifiikaatti, koulutus
- markkinoi lumikenkäpalveluita, vanhuksille omat reitit, lapsille myös
omat jutut
- Oma motivaatio
- lajun trendikkyys
- tarjotaan majoitusyrittäjälle tilaisuutta testata tuotetta "tuu kokeilee!" ->
Luottamuksen herättäminen

LIITE 2

7. Terapiamatkaa luonnossa tarjoavayrittäjä saa työterveyslääkärin innostumaan palvelustaa, työterveysasemalla tapaaminen

- "luonto lähellä pohjoisessa"
- "kiire sairastuttaa enontekiölläkin"
- paljon turisteja -> oppaat eivät ehdi rentoutumaan
- tarjolla reikiä ja eläinavusteista toimintaa, luontomatkailua
- työterveyshuoltoon tarjoaisi palvelua (luontomatkailua, lumikenkäilyä)
- lääkäri lähettäisi asiakkaita
- kela-korvaukset yms. mahdollisuudet
- koulutus /viralliset terapeuttitutkinnot
- puute kuntoutuspaikoista aina välillä
- herättää tietoa opiskelijoiden piirissä, työvoimaa, harjoitteluja
- yhdistää työvoimaa
- mahdollisuus päästä lepäämään, pehmeitä arvoja ja keinoja, lääkärit yleensä kovan faktatiedon ystäviä
- rekisteröity yhdistys -> luotettavuus
- tarjota mahdollisuutta lääkärin tulla käymään ja kokeilla
- käyntikortit

8. Luonto- & nuotioretkipalveluita tarjoava yritys lähestyy huoltoaseman-myyjää, jolle palvelu maksettaisi

- nykytilanteessa ongelmia maksamisen kanssa (rahan ja korttien kanssa pelaaminen vaivalloista)
- ennen ja jälkeen nuotioretkenmaksaminen huoltoasemalla -> huoltoasemalla rahastetaan yrittäjän puolesta
- matkailijat tarvitsee bensaa ja tulee käymään huoltoasemalla varsinkin jos on liikkeellä autolla
- rahastamisesta pieni provikka
- retkipalveluyrityksellä opastuksia, tarinointia, paljon tyytyväisiä asiakkaita
- retkipalvelun esitteitä huoltoasemalle
- kaupankäynnin käytännöt
- hyllytilasta otetaan maksu
- asiakas saa tarvittavat kamat huoltoasemalta pakettihintaan : tuliitikkuja, halkosäkin, makkarapaketti, sinappi, makkaratikku
- palvelupaketti, tuotteen hinnasta sorvataan asiakkaalle sopiva

3. YHTEENVETO

Lopuksi palasimme vielä alkuperäisten ryhmien kysymyksiin yhteenvedon muodossa ja mitä ajatuksia vielä imosta "heräsi".
Ryhmät olivat siis:

1. Miten lisätä ohjelmapalveluyrittäjien ja majoitusyrittäjien / matkanjärjestäjien yhteistyötä?

ja

2. Miten kehittää alueen tapahtumia luontolähtöisesti?

Ryhmä 1:

- tulisi luoda win-win- tilanne luoda, provisioajattelu
- ilmoituksen osto
- yhteenhiilleen puhaltaminen, kustannuksiin osallistuminen
- yksi esimerkki kateuden kautta, ei suoraan rahallista, konkreettisen esimerkin kautta
- tarvitaan aktiivista henkilöä vetämään
- nuotiorekelle puut, ei välttämättä isoja asioita, mutta kumppaakin hyödyttävää,
- klapiin myynti norjalaisille yksin ei niin paljon klapeja keerry, mutta yhdessä pienestä syntyy paljon),
- omat ideat ja patentoinnin vaikeus, mallisuojaus, itse tehty halvempaa

Ryhmä2:

- Lyhtymeri -> lappu huoltoasemalla, jokainen tekee yhden jäälyhdyn, jokaisen osallistuessa muodostuu meri
- tarpeeksi yksinkertaiset ideat -> paikallisten sitouttaminen, yhteinen hyvä
- ulkopuolelta riittävän voimakas taho, joka hakee ja kerää yhteisiä tuotteita, näennäisen vaivattomasti kehittää yhteistoimintaa
- ihmisten paikalle pyytämisen ihan kädestä pitäen
- "verkko", millä ihmiset saadaan paikalle, mitä ihmiset siitä hyötyy,
- talkoohengen merkityksen löytäminen, ei aina rahallista hyötyä

LIITE 3

PALAUTE

Enontekiöllä 8.11.2012

Toivoisin, että vastaat kysymyksiin Green Care-palvelumuotoilutyöpajasta anonyymisti, omin sanoin ja ajatuksella. Käytän saatuja vastauksia ainoastaan Pro gradu-tutkielmassani työpajojen antia analysoidessani. Jos osallistuit aiempaan Utsjoella järjestettyyn tilaisuuteen, vastaa yhteisesti kummankin kerran puolesta. Voit halutessasi jatkaa vastauksia palautepaperin toiselle puolelle.

Paljon kiitoksia vastauksistasi ja osallistumisestasi tähän tilaisuuteen!

1. Opitko tänään jotain uutta?

2. Oliko työpajoista sinulle tai yrityksellesi hyötyä? Mitä?

3. Olisiko työpaja voitu toteuttaa paremmin? Miten?

4. Selvisivätkö sinulle työpajasta palvelumuotoilun mahdollisuudet tai menetelmät?

5. Miten tärkeäksi koet kestävän kehityksen huomioimisen palveluiden ja tuotteiden kehittämisessä? Miten nämä näkökohdat mielestäsi otetaan nykyisin huomioon?

6. Sana on vapaa, mielipiteitä & ajatuksia.